



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

O Mergulho com Tubarões como produto turístico específico nos Açores

João Pedro Cordeiro Tavares

outubro 2016

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

O Mergulho com Tubarões como produto turístico específico nos Açores

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, ramo de Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos.

Orientador Científico: Professor Doutor José Sancho Silva

João Pedro Cordeiro Tavares

outubro 2016

Dedicatória

À minha família

Agradecimentos

Esta dissertação não teria sido possível sem o apoio de um conjunto de pessoas e entidades que aqui pretendo mencionar.

Em primeiro lugar, agradeço à minha família por todos os esforços e sacrifícios feitos durante este processo de elaboração da dissertação e em todo o meu percurso académico até ao momento. Um destaque muito especial para os meus pais, pela força e motivação, preocupação e disponibilidade sem as quais o meu percurso académico e a conclusão desta investigação nunca teriam acontecido.

Em segundo lugar, um agradecimento especial ao meu orientador científico, o Doutor José Sancho de Sousa Silva, que, de uma forma imediata, honrou-me ao aceitar o meu pedido de orientação e que durante este longo período depositou a sua confiança no meu trabalho e que durante todo o processo, com todos os altos e baixos, nunca desistiu de me orientar e tendo sempre uma palavra de encorajamento, muitas vezes, porventura, indo além daquilo que seriam as suas obrigações. Um sentido apreço pela partilha de um precioso e indispensável conhecimento, de uma forma contínua e altruísta.

Exalto ainda, e talvez acima de tudo o anteriormente exposto, a sua disponibilidade e flexibilidade para tornar possível a realização desta dissertação em condições muito adversas, uma vez que nos encontrávamos afastados ao nível físico, praticamente durante todo este trabalho. A sua prontidão e abertura para atender a todos os meus pedidos de reunião, através de videoconferência, bem como para ler todas as mensagens de *e-mail* em tempo útil, fazem com que veja nele o exemplo de profissionalismo e altruísmo que pretendo um dia ser capaz de atingir.

Não posso deixar de mencionar, de igual modo, uma amiga e colega académica, a Maria João Cruz, especialista em biologia, praticante de mergulho e que, pela sua situação profissional, me possibilitou entrar em contato com investigadores e autores de obras científicas da especialidade, concretamente acerca da prática de mergulho com tubarões na região. A sua amizade e disponibilidade para me aconselhar em alguns momentos críticos da dissertação provaram ser demasiado valiosos e que nenhuma palavra pode descrever convenientemente.

Um agradecimento especial ao Nuno Sá pela sua colaboração, que de uma forma pronta e sem qualquer benefício direto, aceitou em contribuir com informação vital para a

elaboração desta dissertação numa fase embrionária, abdicando do seu tempo numa agenda, por natureza, muito preenchida. A sua contribuição foi fundamental para o sucesso deste trabalho.

Agradeço ainda a todos aqueles que, de uma maneira ou de outra, de uma forma consciente ou inconsciente, por palavras ou pelo exemplo, me motivaram e ajudaram a percorrer esta caminhada que, de outra forma, não teria tido este desfecho.

Índice geral

Dedicatória.....	1 -
Agradecimentos.....	2 -
Índice geral	4 -
Índice de figuras	6 -
Índice de tabelas	6 -
Resumo	7 -
Abstract.....	8 -
Lista de siglas e abreviaturas	9 -
I – Apresentação da investigação	10 -
1.1 – Enquadramento geral e justificação do tema	10 -
1.2 – Objetivos da investigação e formulação da pergunta de partida.....	11 -
1.3 – Síntese dos capítulos da dissertação	12 -
II – Revisão da Literatura	14 -
2.1 – Turismo e Sistema Turístico	14 -
2.2 – Produto Turístico	18 -
2.3 – Organização e planeamento de produtos turísticos.....	22 -
2.3.1 – Ecoturismo e Turismo Ativo	26 -
2.4 – Turismo de mergulho com tubarões: conceito e enquadramento	29 -
2.4.1 – Turismo no <i>Hipercluster</i> do mar	29 -
2.4.2 – Turismo de Mergulho com Tubarões	30 -
2.5 – O Mercado	31 -
2.5.1 – Principais tendências	33 -
2.5.2 – Segmentação do mercado	35 -
2.5.3 – Perfil do turista de mergulho	38 -
III – Metodologia.....	41 -
3.1 – Roteiro metodológico	41 -
3.2 – Observação e respetivos instrumentos	45 -
3.3 – Inquérito por entrevista	47 -
3.4 – Entrevistas aos operadores de mergulho com tubarões nos Açores	50 -
3.4.1 – Validação das entrevistas	51 -
3.4.2 – Verificação da representatividade e realização das entrevistas.....	53 -
3.4.3 – Tratamento, análise e interpretação.....	53 -
IV – Estudo empírico.....	55 -

4.1 – Fontes Secundárias	- 55 -
4.1.1 – Caracterização e importância económica do Turismo	- 55 -
4.1.2 – O Turismo nos Açores.....	- 60 -
4.1.3 – Turismo de mergulho com tubarões nos Açores.....	- 71 -
4.1.4 – Produtos turísticos concorrentes.....	- 73 -
4.1.5 – Crescimento e importância relativa do produto	- 73 -
4.2 – Fontes Primárias	- 74 -
4.2.1 – Análise de Conteúdo	- 74 -
4.2.2 – O potencial do turismo de mergulho com tubarões.....	- 75 -
4.2.3 – Caracterização operacional da oferta	- 77 -
4.2.4 – Impacto socioeconómico do produto na região.....	- 80 -
4.2.5 – Discussão dos resultados	- 81 -
4.2.6 – Análise SWOT	- 86 -
V – Abordagem estratégica	- 92 -
5.1 – Estudo de caso – Ilhas Fiji	- 92 -
5.2 – Adaptação teórica ao caso Açoriano.....	- 96 -
VI – Conclusões e considerações finais	- 99 -
6.1 – Principais conclusões	- 99 -
6.2 – Contributos da investigação	- 101 -
6.3 – Limitações e perspectivas de trabalho futuro	- 102 -
VII – Referências bibliográficas.....	- 104 -
7.1 - Bibliografia.....	- 104 -
7.2 – Webgrafia.....	- 110 -
VIII – Anexos	
Anexo I – Entrevista a Nuno Sá	
Anexo II – Código de conduta	

Índice de figuras

Figura 1 - Sistema Turístico, Modelo de Leiper (1990)	- 17 -
Figura 2 - The Generic Tourism Product (Smith, 1994)	- 19 -
Figura 3 - Número de mergulhadores certificados 1980 - 2013 (PADI, 2013).....	- 32 -
Figura 4 - The "Adventure Tourism Experience" (Trauer, 2006)	- 37 -
Figura 5 - Roteiro Metodológico - Fonte: Quivy & Campenhoudt (2008)	- 41 -
Figura 6 - Taxa de Ocupação Açores	- 64 -
Figura 7 - Variação nº passageiros aéreos 2003-2015.....	- 65 -
Figura 8 - Resposta à Pergunta de Partida.....	- 101 -

Índice de tabelas

Tabela 1 - Processo produtivo do turismo	- 21 -
Tabela 2 - Âmbito geográfico e atores no planeamento turístico.....	- 23 -
Tabela 3 - Impacto económico nos principais destinos estabelecidos por ordem de surgimento em relatórios anteriores	- 34 -
Tabela 4 - Relação Instrumento de observação / Objetivos operacionais	- 52 -
Tabela 5 - Caracterização Demográfica e Geográfica RAA (INE 2012)	- 61 -
Tabela 6 - Concorrência relativa a destinos em Portugal	- 69 -
Tabela 7 - Concorrência relativa a destinos estrangeiros	- 70 -
Tabela 8 - Análise de Conteúdo	- 75 -
Tabela 9 - Análise SWOT Mergulho com tubarões nos Açores	- 87 -

Resumo

Com o presente estudo pretende-se analisar o estado da arte e investigar a opinião dos operadores marítimo-turísticos que oferecem o produto “Mergulho com Tubarões” nos Açores, com vista a concluir acerca do potencial estratégico deste produto turístico nessa região.

Como tal, procedeu-se a uma observação direta na qual se identificaram fatores chave sobre os quais era necessário recolher dados concretos. Entre eles, destacam-se a qualidade dos recursos naturais existentes, as infraestruturas disponíveis e a sua adequação à atividade, o conhecimento das especificidades operacionais desta atividade na região, bem como o valor socioeconómico deste produto.

Por último, definiram-se linhas para um plano de desenvolvimento estratégico para o produto na região, tendo em vista potencializar os pontos fortes e as oportunidades já existentes, assim como minimizar e corrigir os pontos fracos, reduzindo as principais ameaças.

Palavras-chave: Operadores marítimo-turísticos; Produto turístico; Mergulho com tubarões; Açores; Recursos naturais; Infraestruturas; Potencial socioeconómico.

Abstract

This study focuses on analyzing the state of the art and investigate the maritime tour operators offering the Shark Diving product in the Azores, aiming conclusions about the strategic potential of this tourist product in the region.

Therefore, a direct observation was conducted, based on several key factors which required specific data. These key factors figure aspects such as the quality of the available natural resources, the existing infrastructures and how they meet the demands of this product, learning about the operational specificities of this activity in the region, as well as the current socio-economic value of this product.

Finally, defining some guidelines to a strategic plan for the development of this product in the region, with the objective of maximizing the strengths and opportunities identified, while correcting the weaknesses and minoring the main threats.

Keywords: Maritime tour operators; Tourist product; Shark Diving; Azores; Natural resources; Infrastructures; Socio-economic value.

Lista de siglas e abreviaturas

AMP – Área Marinha Protegida

AOMA – Associação dos Operadores de Mergulho dos Açores

ART – Associação Regional de Turismo

INE – Instituto Nacional de Estatística

MEE – Ministério da Economia e do Emprego

MEI – Ministério da Economia e da Inovação

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OMT – Organização Mundial do Turismo / Organización Mundial del Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas (*UN*)

OTA – Online Travel Agency

PADI – Professional Association of Diving Instructors

PEMTA – Platano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores

PENT – Plano Estratégico Nacional para o Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

QO – Questão Operacional

RAA – Região Autónoma dos Açores

SaeR – Sociedade de Avaliação Estratégica do Risco

SCUBA – Self Contained Underwater Breathing Apparatus

SRAM – Secretaria Regional da Agricultura e do Ambiente

SSI – Scuba Schools International

SWOT – Strengths Weaknesses Opportunities and Threats

UE – União Europeia

UN – *United Nations*

US – *United States* (Estados Unidos da América)

WTTC – World Travel & Tourism Council

ZEE – Zona Económica Exclusiva

I – Apresentação da investigação

1.1 – Enquadramento geral e justificação do tema

O turismo é um dos setores com maior potencial de desenvolvimento em Portugal e, em particular, na Região Autónoma dos Açores (RAA), com um impacto crescente ao nível de obtenção de rendimento e criação de postos de trabalho, não só no próprio setor, mas também num conjunto alargado de atividades e serviços relacionados. Daí resultam benefícios significativos ao nível da balança comercial, uma vez que se trata de uma atividade exportadora (Comissão Europeia, 2013¹).

Para além disso, Portugal é o país com a Zona Económica Exclusiva (ZEE) de maior dimensão da União Europeia (UE), com 1 656 km^2 , sendo que apenas 1% da área da ZEE portuguesa corresponde a plataforma continental. Esta ZEE é composta pelo mar territorial e plataforma continental de Portugal, mas também pelas Regiões Autónomas dos Açores, a qual contribui com 980,515 km^2 para a dimensão total da ZEE portuguesa, e da Madeira, que, segundo o Programa Operacional da Pesca 2007-2013 (Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, 2007), apesar de muito extensas, não oferecem as condições ideais para a pesca ao nível da extensão das suas plataformas continentais ou das profundidades das águas de pesca, o que resulta num potencial piscícola menor, quando comparadas com outras zonas de pesca comunitárias.

Desta forma, torna-se evidente a necessidade de encontrar atividades alternativas que permitam tirar partido do potencial oferecido pela dimensão da ZEE portuguesa. Neste contexto, surge o Turismo de mergulho com tubarões como um dos possíveis produtos capazes de dinamizar e diversificar o aproveitamento deste recurso.

Assim, adquire grande interesse não só desenvolver um estudo do potencial da oferta do turismo de mergulho com tubarões na RAA ao nível da avaliação qualitativa dos seus recursos, infraestruturas e mão de obra, mas também inferir a capacidade de captação de mercados emissores de turistas que procurem este produto, de forma a concluir acerca da abordagem que deve ser levada a cabo quanto à sua exploração.

¹ Pressupostos e elementos de contextualização para o Plano de Ação 2014-2020, pp. 33

1.2 – Objetivos da investigação e formulação da pergunta de partida

Numa investigação deste tipo, a formulação de uma pergunta de partida é fulcral para estabelecer uma linha orientadora da mesma. Desta forma, este estudo teve por base a seguinte pergunta: “Existem condições na Região Autónoma dos Açores para viabilizar a exploração do turismo de mergulho com tubarões como produto específico?”.

Com base nesta pergunta de partida, pretende-se com este trabalho analisar o potencial da RAA para a prática de mergulho com tubarões como atividade turística, bem como escrutinar medidas e estratégias com vista a valorizar este produto no domínio da oferta turística da região.

Assim, no que aos objetivos específicos diz respeito, destacam-se:

- Rever e sumariar a bibliografia existente da especialidade;
- Caracterizar a atividade de mergulho com tubarões e o seu potencial turístico na RAA;
- Estudar os pontos fortes e pontos fracos do destino Açores, ao nível dos seus recursos naturais, infraestruturas existentes, regulamentação da atividade e capacidade intelectual da mão de obra.
- Definir propostas de ação com o propósito de valorizar o produto de turismo de mergulho com tubarões no espectro da oferta turística da região.

Desta forma, o estudo pretende aferir a viabilidade da exploração do produto turístico de mergulho com tubarões na RAA, enquanto produto específico da oferta turística da mesma, recorrendo a destinos estabelecidos como base comparativa. Neste sentido, esta investigação incide sobre quatro vertentes de abordagem: Geográfica, Operacional, Socioeconómica, e Estratégica.

Quanto à vertente Geográfica, pretende-se avaliar a oferta açoriana em termos dos recursos naturais existentes, bem como a análise das infraestruturas de apoio necessárias ao desenvolvimento do produto.

Relativamente à vertente Operacional, propõe-se estudar o nível de formação da mão de obra afeta ao turismo na região, e a este produto em específico, bem como concluir acerca da sua capacidade de inovação e, consequentemente, da capacidade de diferenciação.

No que diz respeito à vertente Socioeconómica, procura-se aferir a viabilidade económica do produto, no que toca à capacidade de geração de receitas, bem como acerca das mais-valias sociais que daí podem advir, como, por exemplo, a capacidade de criação de postos de trabalho e melhoria generalizada das condições de vida da população local.

Finalmente, no que se relaciona com a vertente Estratégica, pretende-se desenvolver um plano de ação concreto, onde constem propostas de ação específicas, com vista ao desenvolvimento sustentado deste produto turístico na região.

1.3 – Síntese dos capítulos da dissertação

Esta dissertação encontra-se dividida em seis capítulos. O primeiro capítulo define o tema de investigação, assim como as questões centrais e os objetivos da mesma.

No segundo capítulo, apresenta-se uma revisão da bibliografia existente, focada essencialmente em estudos da especialidade do turismo de mergulho com tubarões. É neste capítulo que se começa a estruturar a definição da problemática e a construção do modelo de análise, a partir do qual se estruturou o instrumento de observação.

Em terceiro lugar, encontra-se o capítulo da Abordagem Metodológica. Neste é apresentado o procedimento científico seguido, nomeadamente, a conceção e implementação do método de recolha de dados, bem como o âmbito da pesquisa empírica, ao nível do universo e da amostra.

O quarto capítulo diz respeito ao tratamento dos dados de fontes primárias, assim como dos resultados obtidos através de fontes secundárias, que dizem respeito à informação recolhida através de um instrumento de observação.

No quinto capítulo apresenta-se um estudo de caso e uma proposta de adaptação do mesmo à realidade da região em estudo nesta dissertação. Este capítulo satisfaz um dos objetivos basilares, que passa por criar um modelo de desenvolvimento do produto turístico em estudo.

Em sexto lugar, situa-se o capítulo em que se apresentam as principais conclusões e considerações finais da investigação. Esta fase contempla ainda uma reflexão sobre o

contributo científico da dissertação, bem como as limitações e as propostas de investigação futura desta temática.

II – Revisão da Literatura

2.1 – Turismo e Sistema Turístico

Numa primeira fase é essencial compreender o que é o turismo.

O conceito de turismo é de difícil definição “devido ao seu complexo carácter multidisciplinar (o turismo engloba uma grande variedade de setores económicos e de disciplinas académicas) há uma ausência de definições conceptuais claras que delimitem a atividade turística e a distinga de outros setores”. (OMT, 1998)

Na década de 50, surge pela primeira vez a real necessidade de definir o turismo, pois só nessa altura começa a ser entendido como uma atividade económica. Neste processo, surgem inúmeras definições distintas pelo facto de o turismo ter influência em todos os setores da atividade social humana (Beni, 2005). Algumas destas focam aspetos económicos, outras sociais, culturais, antropológicos e até geográficos (Tribe, 1997).

Todas estas definições não podem ser descartadas, pois contribuem, cada uma delas, para o alicerce teórico das principais características do turismo (Theobald, 2005). Porém, a variedade torna o processo de definição do turismo confuso e até contraditório, dificultando a sua conceção enquanto ramo científico.

Em 1993 surge a primeira versão de turismo que dará origem ao que hoje é oficialmente adotado pela Organização Mundial do Turismo (OMT). Nesta altura, a Comissão Estatística da Organização das Nações Unidas (ONU) incorporava na sua definição o conceito de “visitante”, distinguindo o tipo de turista em função da duração da viagem, motivação, origem dos visitantes, território visitado e utilização de meios de alojamento (ONU, 1994)

Apesar de visar simplificar a definição do conceito, bem como de viabilizar o processo estatístico e científico do mesmo, levantaram-se outras dificuldades, muitas das quais ainda hoje são problemáticas de ultrapassar.

Segundo a ONU (1994), um visitante pode ser turista ou excursionista. A diferença entre os dois assenta na definição de turista, que assenta em aspetos como:

- Duração da viagem: é considerado turista aquele que pernoita no destino, sendo o visitante do dia, ou excursionista, o que permanece por um período inferior. Este critério limita ainda uma duração máxima de 12 meses, uma vez que, passado esse

limite, o visitante passa a ser considerado residente. Este critério é falível. Considerando o exemplo de um visitante que chega ao lugar de destino às 2:00 da manhã do dia D, faz o *check-in* no hotel e pernoita, saindo do mesmo às 12:00 do mesmo dia D, deveria ser considerado turista, pois pernoitou no destino, porém, não ficou no mesmo de um dia para o outro, isto é, chegou no dia D e saiu no mesmo dia D, sendo assim classificado como excursionista.

- Motivo da Viagem: para a ser considerado turista, a viagem não pode ser motivada por uma remuneração, ou seja, o visitante não pode deslocar-se ao destino com o intuito de ser remunerado no mesmo. O conceito sofre alterações de forma a poder incluir turistas que visem encontros de negócios ou com o intuito de realizar tratamentos no destino, entre outros. Só não é considerado turista, quando se verifica uma relação explícita de Empregado-Empregador entre uma entidade do destino recetor, e o visitante que lá permanece.
- Origem dos visitantes: até 1983 só eram considerados visitantes os internacionais. O peso do turismo doméstico passa a ser considerado desde que os visitantes se desloquem para além do seu “ambiente habitual”. Esta definição é só por si uma solução e um problema. Supondo que um determinado sujeito atravessasse a fronteira regularmente para consumir produtos com um custo mais baixo, é claro que o sujeito entra num país diferente, mas não sai do seu ambiente habitual. Porém, a despesa que realiza no país vizinho é valor criado no mesmo, mas não pode ser imputado ao turismo.
- Utilização de alojamento: este pressuposto é problemático uma vez que é sabido que muitos viajantes permanecem em casa de familiares ou amigos. Porém, estes mesmos viajantes têm despesas no território que visitam, e a duração da sua estadia vai ao encontro da classificação de turista. Contudo, uma vez não se tratar de uma tipologia de alojamento turístico, não é considerado como tal.

A mais recente definição técnica de turismo remonta a 2008 e foi avançada pela OMT, na qual o turismo compreende “as atividades das pessoas durante as suas viagens e estadas fora da residência habitual, por um período consecutivo que não ultrapassa um ano, por motivos de lazer, negócios ou outros, exceto o de possuir um emprego numa entidade residente no local ou país visitado” (UN, 2010)

A grande maioria das definições do turismo assentam sobre a perspetiva da oferta, isto é, o “turista” como base conceptual do “turismo”. No entanto, uma forma encontrada para

melhor compreender este fenómeno foi olhá-lo deixando de parte a sua definição enquanto atividade económica, mas sim valorizando os vários domínios sobre os quais incide, bem como as suas dinâmicas:

“Turismo é o estudo do homem longe do seu local de residência, da indústria que satisfaz as suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, económico e sociocultural da área recetora” – Jafar Jafari cit. Beni (2001)²

Com esta definição percebe-se a complexidade e necessidade de olhar o turismo através de um **Sistema Turístico**, devido ao seu carácter multidisciplinar e heterógeno.

O processo de consumo de um produto turístico implica o consumo de diversos produtos e serviços conexos, que não são classificados como específicos do turismo. Estes são designados como “Atividades Conexas” ao turismo, uma vez que não sendo criadas e orientadas especificamente para os turistas, têm um papel ativo na sua experiência. Exemplo destas atividades são os serviços de restauração e bebidas, de transportes públicos, farmácias, superfícies comerciais, entre outros, que são implementados com vista essencialmente a servir a população local, mas acabam por servir também os visitantes (Cunha & Abrantes, 2013).

Esta complexidade torna-se ainda mais evidente ao avaliar-se a quantidade de *inputs* que afetam a experiência do turista. Trata-se de uma conceção em “teia” entre as zonas emissoras de visitantes, as zonas recetoras (de destino), as rotas de trânsito, todas as atividades que produzem bens ou serviços que direta ou indiretamente satisfazem a atividade turística, e até a atitude da população local face ao turismo e ao turista. As dinâmicas entre estes agentes dão origem àquilo que se designa por Sistema Turístico – *Figura 1*.

² apud Cunha & Abrantes (2013)

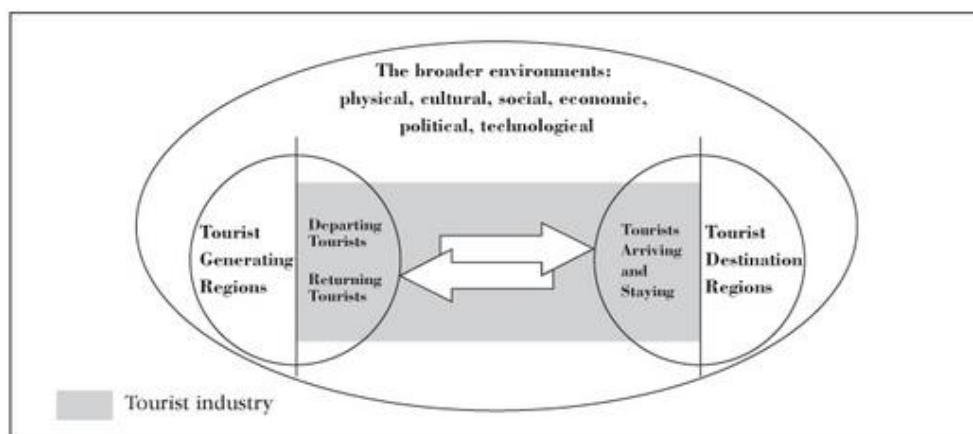


Figura 1- Sistema Turístico, Modelo de Leiper (1990)

Segundo Leiper (1990), um determinado turista, residente num determinado destino emissor, depara-se com a necessidade de viajar, isto é, de ser turista, em virtude daquilo a que o autor chama de fatores *Push*, como, por exemplo, a necessidade de descoberta do desconhecido, de aventura, de relaxamento, a visita a familiares ou amigos, entre muitas outras. No fundo, são os fatores que “empurram” o turista para fora do destino emissor. No lado oposto do sistema, surge o destino recetor que mediante os fatores *Pull*, que atraem o turista e vão ao encontro das suas motivações e preferências pessoais, reúne as ferramentas necessárias para possibilitar a estadia e a atividade turística, nomeadamente serviços de alojamento, de animação, e outros capazes de satisfazer todas as necessidades do turista. Estes dois elementos são conectados por um terceiro: as Rotas de Trânsito, elemento responsável por ligar o destino emissor e recetor, possibilitando ao turista efetuar a sua viagem, nomeadamente, o transporte aéreo, ferroviário, marítimo, entre outros.

Nesta ótica de Sistema Turístico, é clara a importância do destino e da sua oferta turística. Segundo a OMT (2001) um destino oferece produtos turísticos. Mas o que é afinal um produto turístico? É “um conjunto de produtos e serviços colocados à disposição de um visitante num determinado destino, para seu uso e consumo” (OMT, 2001).

Perante este conceito, surge a necessidade de desmontá-lo e perceber quais as componentes destes produtos turísticos. De acordo com Beni (2004), a oferta turística é composta por duas instâncias: a oferta primária e a secundária. A oferta primária define-se pelo Património Turístico, isto é, os recursos naturais e culturais existentes em determinado destino que atraem a procura (por exemplo, uma cascata, ruínas, pirâmides,

lagoas, animais exóticos, etc.). Por seu lado, a oferta secundária, reúne o conjunto de equipamentos turísticos (alojamento, agências de viagem, restauração, entre outros), a animação e comércio local (centros comerciais, feiras, espetáculos), os transportes (terminais rodoviários, ferroviários, marítimos e aeroportos), bem como as infraestruturas sociais (estradas, portos, marinas, telecomunicações, hospitais, entre outras).

Um produto turístico é então muito mais do que um recurso turístico e o valor que é gerado partir dele, por incluir recursos que não estão afetos exclusivamente à atividade turística - oferta agregada. Devido a esta complexidade importa compreender como distinguir as mais-valias geradas pelas atividade turística isoladamente, isto é, separando-as das que partilham da influência de serviços e infraestruturas secundários.

Segundo Cunha (2006) e Matias (2007) a Oferta Turística pode ser representada pela função $O_t = P_t + P_n - P_{tr}$, em que O_t representa a produção turística, concretizada pelos produtores turísticos, P_n diz respeito à produção não turística mas que é consumida por visitantes, e P_{tr} equivale ao produto das atividades turísticas consumidas pelos residentes do destino recetor.

É desta necessidade de quantificar a influência da oferta turística na criação de valor para a economia local, que surge o conceito de Conta Satélite do Turismo. Nesta contabiliza-se a componente de valor das atividades conexas que existem devido à atividade turística, procurando distinguir o valor criado pela operação a que as atividades se destinam tradicionalmente, e aquele criado por força dos fluxos turísticos, exclusivamente (PENT, 2014).

2.2 – Produto Turístico

Para melhor compreender a importância dos Produtos turísticos no Sistema Turístico, nomeadamente na componente do Destino Recetor, é imperativo desmontar o conceito e compreender a sua complexidade.

Em primeiro lugar, importa distinguir Produto Turístico Global de Produto Turístico Específico. Como produto turístico global, entende-se tudo o que é consumido, utilizado ou experimentado durante uma viagem ou estadia num determinado destino turístico. Este conceito ultrapassa a oferta específica do setor turístico, envolvendo uma série de

componentes tangíveis e intangíveis que obrigam a uma conceção e visão macroeconómica do produto (Kotler et al., 1999 apud Cunha, 2006).

Por seu lado, o Produto Turístico Específico é, na prática, um subproduto do último, centra-se numa atividade específica, num destino em concreto, resulta da combinação das atrações atuais e potenciais, das facilidades e acessibilidades de um determinado destino (Produto Turístico Global). Aliadas a uma componente de segmentação de mercado diferenciada, criam-se grupos que têm na sua génese um interesse idêntico para a escolha de um destino e uma experiência específica naquele destino, criando-se assim um Produto Turístico Específico (Cunha, 2006).

Desta forma, com foco no estudo de Smith, 1994, o Produto Turístico Específico é composto por 5 elementos.

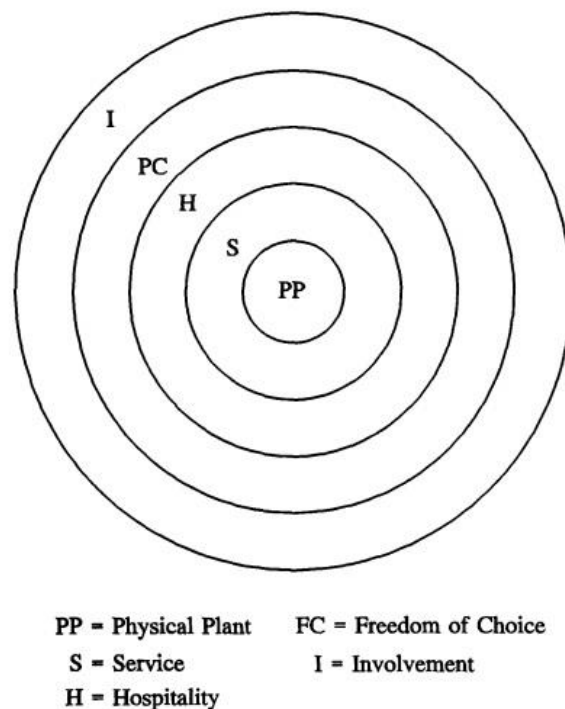


Figura 2- The Generic Tourism Product (Smith, 1994)

Estes elementos são dispostos num diagrama em que aparentam gravitar sobre o centro, sendo que esta disposição se deve ao nível de controlo, em função do envolvimento do consumidor (decrecente em relação à distância ao núcleo), intangibilidade (crescente em relação à distância ao núcleo) e potencial de medição empírica (decrecente em relação à distância ao núcleo). Importa salvaguardar que a importância relativa de cada elemento

varia de produto para produto e o “todo” é sempre superior que a soma das partes, na medida em que o sucesso de um produto depende acima de tudo da sinergia existente entre os vários elementos.

Na primeira camada, como primeiro elemento, surge o Plano Físico. Este contempla as atrações e os recursos de um determinado destino e as condições naturais ou criadas para o seu desenvolvimento. São componentes essenciais a este elemento a existência de recursos como quedas de água, biodiversidade, vistas panorâmicas, etc. que variarão em função do produto em análise. A qualidade deste elemento estará diretamente relacionado com a capacidade de corresponder às expectativas de turistas, com critérios distintos e exigências específicas. Desta forma, os critérios de avaliação da qualidade deste elemento devem ainda ser cruzados com as preferências dos visitantes, como, por exemplo, a sustentabilidade e/ou proteção ambiental, a adaptação a pessoas com limitações físicas, entre outras (Gunn, 1972; Mace, 1980, apud Smith, 1994).

O segundo elemento é o Serviço. Este elemento foca-se no aproveitamento que é feito do Plano Físico. Para melhor compreender esta dinâmica, é útil ter em conta que o Plano Físico pressupõe-se, por exemplo, a existência de unidades hoteleiras. Por seu lado, este tipo de infraestrutura pressupõe serviços de receção, limpeza, e gestão do mesmo. É nesta dimensão que se foca o elemento Serviço (Gunn, 1972; Mace, 1980; apud Smith, 1994).

Em terceiro lugar está o elemento da Hospitalidade. O que distingue o Serviço de Hospitalidade no caso da hotelaria é o que é conhecido como “soft skills”, a atitude com que o serviço é prestado. Num sentido lato, a dimensão do Serviço está representada numa vertente técnica, enquanto o elemento Hospitalidade abrange a atitude com que o serviço é prestado. Contudo, esta atitude abrange agentes que podem não estar afetos diretamente à operação turística, como a população local. Este conceito dá sentido à idéia introduzida por Gunn (1988, apud Smith, 1994) na qual o turismo é visto como uma experiência. Nesta perspetiva, o turista passa a fazer parte do processo produtivo, isto é, o produto turístico não é algo para ser experimentado, mas sim uma experiência “*per si*”. É a partir deste conceito que surgem outros dois elementos fulcrais na conceção e avaliação de um produto turístico.

A “Liberdade de escolha” é o pressuposto de que, para a experiência poder ser satisfatória, o consumidor necessita de ter um leque aceitável de escolha. O processo de escolha é parte integrante da experiência e a existência de alternativas dá a possibilidade ao turista

de escolher livremente a que melhor se adequa a si, ao nível, por exemplo, da sua restrição orçamental, preferência por uma determinada marca ou agência, das experiências anteriores, entre outros.

Finalmente, mas não menos importante, surge o elemento do Envolvimento. Este é, no fundo, o que define a sinergia entre todos os outros elementos. Neste envolvimento considera-se a dinâmica entre a oferta do produto e a ligação do consumidor com a experiência. Esta ligação pode resultar numa ligação emocional do turista com o produto, o “produtor” e, mais importante, com o destino. Com o sucesso deste elemento, verifica-se o fenómeno da “Fidelização” ao destino.

Tabela 1- Processo produtivo do turismo

Primary Inputs (Resources)	→	Intermediate Inputs (Facilities)	→	Intermediate Outputs (Services)	→	Final Outputs (Experiences)
Land		Parks		Park interpretation		Recreation
Labor		Resorts		Guide services		Social
Water		Transportation		Cultural performances		contacts
Agricultural produce		modes		Souvenirs		Education
Fuel		Museums		Conventions		Relaxation
Building		Craft shops		Performances		Memories
materials		Convention		Accommodations		Business
Capital		centers		Meals and drinks		contacts
		Hotels		Festivals & events		
		Restaurants				
		Rental car fleets				

Fonte: Smith, 1994

Tal como foi referido anteriormente, o processo produtivo do turismo é complexo. Em primeiro lugar, neste processo incluem-se agentes cujo principal foco não é o turismo, mas inevitavelmente fazem parte dele. São exemplos sintomáticos disto os agentes públicos e organizações sem fins lucrativos cujo, objetivo passa por criar bens e serviços que facilitem a atividade e mobilidade de pessoas, sendo que este benefício se estende às que estão fora do seu ambiente habitual. Mas a sua complexidade acentua-se através da simultaneidade e inseparabilidade do processo de produção e de consumo turístico (Smith, 1994)

“ (...) O processo produtivo e o produto podem não ser convencionais, mas são reais e significam mais-valias económicas consideráveis para os consumidores e nações em todo o mundo” (Smith, 1994).

Existem outras propriedades da oferta e procura turística que distinguem o produto turístico de outros produtos como por exemplo um carro ou um livro. Para além da sua simultaneidade e inseparabilidade, este é também estático, uma vez que obriga à deslocação do turista para o seu consumo; é intangível, pois não pode ser testado antes do consumo acontecer; é perecível, pois não é possível o seu armazenamento; e é abstrato, uma vez que o turista só cria uma imagem do produto após o seu consumo. Para além destas, e de forma a sumariar todas as suas propriedades, regista-se também a sua diversificação, em virtude de ser composto por diversos serviços que podem ser substituídos entre si e quebrar a sua coerência; e a sua complementaridade, uma vez que a qualidade percebida é avaliada na globalidade, resultando da prestação de todos os diferentes serviços prestados como um todo, de forma complementar com serviços específicos e não específicos da atividade turística (Beni, 2004 apud Cunha, 2006).

2.3 – Organização e planeamento de produtos turísticos

“Em termos práticos, a única forma de garantir a sustentabilidade, organização e viabilidade da atividade turística, prende-se com um bom planeamento” (Carvalho, 2009).

A falta de planeamento no desenvolvimento da atividade turística, onde atuam profissionais das mais diversas áreas, resulta na degradação do ambiente natural, social e cultural, reduzindo os benefícios imediatos da atividade, estendendo-se a uma perda de competitividade e consequente perda de quota de mercado para competidores diretos (Dias, 2003). Desta forma, o planeamento do desenvolvimento turístico permite perspetivar o futuro e adequar o presente às exigências e limitações do destino aos mais diversos níveis. (Vieira, 2007)

Porém, este processo de planeamento não está isento de uma complexidade que importa analisar. Isto porque o planeamento turístico é feito em vários níveis de intervenção, sendo que cada um aborda o processo sob perspetivas diferentes.

Tabela 2 - Âmbito geográfico e atores no planeamento turístico

Âmbito geográfico e níveis de intervenção	Atores do poder público	Atores privados
Internacional	OMT; EU; WTTC; OCDE; ...	Organizações turísticas internacionais; empresas de transporte internacionais; grandes grupos económicos privados;
Nacional	Governo central; organismos do governo central; grandes empresas públicas;	Grandes empresas de transporte aéreo, ferroviário e rodoviário; grupos hoteleiros, agências de viagem e operadores turísticos; organizadores de grandes eventos; Associações empresariais e profissionais nacionais;
Regional	Governo regional, comissões de coordenação e desenvolvimento regional;	Empresas de transporte regionais; organizadores de eventos desportivos, religiosos, etc.; associações empresariais regionais;
Local	Câmaras municipais; empresas municipais	População Local; hoteleiros autónomos; restauração; agentes de viagem independentes; empresas de animação turística; ...

Adaptado de OMT, 2003 apud Vieira, 2007

Desta estruturação do processo de planeamento, é de reter, de forma muito ampla, que, a nível mais lato, ou seja, nos níveis hierárquicos de decisão mais altos, há uma incidência em questões que se prendem com estratégias e diretrizes para o desenvolvimento do setor como um todo. Por outro lado, ao descer na hierarquia até aos níveis de decisão locais, que desenvolvem uma gestão que incide sobre o tecido empresarial e animação local,

surgem, por exemplo, os produtos turísticos específicos, como o é o caso do turismo de mergulho com tubarões.

Um dos principais aspetos a ter em conta no desenvolvimento turístico de uma região é a sua sustentabilidade. O turismo é uma atividade com uma relação *sui generis* com o ambiente e as comunidades em que se desenvolve. De facto, o setor turístico tem como produto comercial as experiências, estando, desta forma, dependente do carácter sedutor do meio em que se desenvolve, quer ao nível da atratividade dos recursos e da segurança para os visitantes, bem como ao nível da relação da população local com os visitantes. Contudo, e para que a atividade turística se mantenha e continue a desenvolver, é essencial promover uma atitude sustentável por parte de todos os intervenientes. Se é verdade que o turismo depende do ambiente e das populações locais, também o é que tem a responsabilidade de conservar e garantir o bem-estar das mesmas. Ao garantir-se esta relação, garante-se o Turismo Sustentável. (OMT, 2012)

Segundo a OMT (2012), o Turismo Sustentável torna-se particularmente importante no caso das pequenas ilhas, sendo cada vez mais essencial implementar uma política e um código de conduta amigável do ambiente, de modo a garantir, principalmente, a preservação dos recursos que, pela realidade das pequenas ilhas, não serão, à partida, muito abundantes.

O turismo é um grande promotor de crescimento económico, que contribui expressivamente para a criação de emprego, e um importante agente no alívio dos níveis de pobreza. Porém, existem vários impactos que resultam desta atividade. A título de exemplo, em termos de impactos ambientais, sabe-se que o aumento das emissões de gases de efeito de estufa podem resultar da atividade turística, principalmente relacionada com o transporte e, em menor escala, com o alojamento, para além do elevado nível de desperdício de água e de criação de resíduos orgânicos e não orgânicos. (OMT, 2012)

De acordo com Carvalho (2009), a única forma de garantir a sustentabilidade, a organização e a viabilidade da atividade turística, prende-se com um bom planeamento. E, como é possível constatar, este processo caracteriza-se por uma grande complexidade, pois para fazê-lo de forma eficaz, deve ser “integrado, incremental, contínuo, flexível, abrangente, complexo, realista, participado, sistémico e condicionante” (Inskeep, 1991), simultaneamente.

No domínio da organização de produtos turísticos específicos, como forma de preparar a oferta para explorar os mercados emissores, é fulcral desenvolver ações que possibilitem uma eficaz avaliação de recursos e a organização dos mesmos em *clusters* com vista à transformação em produtos turísticos (Silva *et al.*, 2005).

Outra fase chave no processo de organização de produtos turísticos, é a avaliação do posicionamento do mesmo quanto ao seu ciclo de vida, que, tal como refere Silva *et al.* (2005), pode assumir quatro fases distintas:

1. Nascimento: chamativo, inovador, com volume de vendas baixo;
2. Crescimento: aumento da procura e expansão do mercado; desenvolvem-se marcas e beneficia-se a penetração na distribuição;
3. Maturidade: mantém a preferência, inovando com novas utilizações; a procura e oferta nivelam-se com uma tendência de crescimento.
4. Declínio: este crescimento deixa de ser expressivo e a falta de capacidade de penetração no mercado compromete a rendibilidade do produto;

Tal como foi referido anteriormente, este processo de categorização e avaliação de recursos é extremamente trabalhoso, mas a informação resultante, cruzada com as necessidades dos turistas, dão origem a uma panóplia de oportunidades e *gaps* que podem ser aproveitadas pelo destino.

A fase final reporta-se ao desenvolvimento das estratégias, acompanhado da identificação de atrações-âncora, que servem de referência e como agentes polarizadores face aos diferentes segmentos de mercado.

Relativamente à prática do mergulho e à sua exploração em termos turísticos, esta aposta vai ao encontro da ideologia apresentada pelo governo regional, através do PEMTA (Governo dos Açores, 2016), no qual a economia do mar tem especial relevo e importância estratégica. Porém, segundo a exploração dos recursos marítimos da RAA deve ser sustentável e, como tal, implica garantir a “proteção e gestão ambiental, preservação de recursos e biodiversidade marinha, a vigilância marítima, o transporte marítimo e a prevenção de acidentes, poluição e catástrofes naturais” (Governo dos Açores, 2013). Desta forma, a aposta na economia do mar é encarada como uma forma duradoura de alavancar e diversificar a economia regional, respeitando saberes e tradições locais, orientada para a exploração racional, equilibrada e economicamente proveitosa dos mares dos Açores (Governo dos Açores, 2013).

2.3.1 – Ecoturismo e Turismo Ativo

Uma das principais e mais viáveis formas de promover a sustentabilidade dos destinos turísticos é o Ecoturismo. É um conceito que surgiu como alternativa à massificação dos destinos, na década de 80, e tem vindo a apresentar um crescimento anual na ordem dos 25% a 30% (Hassan, 2000), cerca de três vezes mais do que o setor turístico como um todo (Neil & Waering, 2009 apud Colangelo, 2015).

Assim, o conceito base de Ecoturismo surge como forma de ir ao encontro da crescente sensibilização dos turistas e da procura de experiências em ambiente natural, com foco na proteção do mesmo, mas permitindo a destinos em desenvolvimento e com recursos naturais abundantes e subaproveitados, relançarem a sua oferta e promoverem esta riqueza (Conway et al., 2012 apud Colangelo, 2015).

Sucintamente, segundo Neil & Wearing (2013 apud Colangelo, 2015), pode definir-se Ecoturismo como turismo interpretativo no qual a conservação, a compreensão e a apreciação do ambiente e das culturas visitadas estão na sua base. É uma tipologia discreta e com o mínimo de impacto.

De acordo com Mieczkowski (1995 apud Colangelo, 2015), as tipologias de turismo alternativas confundem-se frequentemente, tal é o caso do Ecoturismo, que, muitas vezes, coincide com turismo educacional, científico, de aventura, agroturismo e, mais recentemente, o turismo voluntário.

Assim, resumindo o conceito de Ecoturismo, destacam-se as seguintes características chave (Conway et al., 2012, apud Colangelo, 2015):

- Mínimo impacto ambiental
- Mínimo impacto cultural
- Máximo benefício económico para o destino
- Máxima satisfação para os visitantes

O Ecoturismo é frequentemente promovido como uma ferramenta de comunicação eficaz e poderosa ao nível da preservação e sustentabilidade, na medida em que a construção e interpretação dos *tours* têm a capacidade de educar e influenciar a atitude dos turistas que nelas ingressam, através de transmissão de conhecimento e atitudes que potenciam uma

ética e uma conduta de conservação ambiental (Powell et al., 2008, apud Colangelo, 2015).

Como se referiu, a definição de Ecoturismo continua a ser debatida e não é unânime no seio académico. Porém, existem pontos de convergência em todas as suas conceções. “Aprendizagem, sensibilização e educação do visitante” (Watler, 2013 apud Colangelo, 2015).

No caso do mergulho com tubarões e do contato com vida animal marinha em geral, o ecoturismo tem uma pertinência evidente. É um dado adquirido na comunidade científica que a exploração e o conhecimento são as motivações chave do turismo (Mitchell, 1998), e, como tal, os participantes nas experiências de contato com animais como tubarões, baleias e golfinhos estão recetivos às mensagens e ensinamentos dos monitores destas atividades. Por seu lado, estes monitores são frequentemente especialistas em áreas como ecologia, zoologia, conservação ambiental, etc., e estão intrinsecamente à procura de transmitir o máximo de conhecimento aos turistas, com vista a promover os valores de preservação e responsabilidade ambiental (Walter, 2013 apud Colangelo 2015).

Apesar de a aprendizagem ser considerada um processo ativo, está cientificamente provado que muito do conhecimento e da aprendizagem acontece de forma inconsciente, motivada pela emoção (Ballantyne et al., 2011; Turner, 2000; Orams, 1996 apud Colangelo, 2015). Neste sentido, o contato direto com animais marinhos, ou qualquer outro, possibilita uma conexão emocional, tornando mais fácil e natural a recetividade ao conhecimento transmitido pelos referidos monitores.

No caso do turismo de mergulho com tubarões em particular, o ecoturismo tem um papel fulcral, na medida em que a oportunidade de observar, fotografar e interagir com estes predadores prova que o potencial económico destas espécies é superior, mantendo-as vivas, quando comparado com atividades consumidoras destes recursos, como a pesca (Gallagher & Hammerschlag, 2011).

O papel do turismo de mergulho com tubarões na preservação das espécies é extremamente importante uma vez que não existe nenhum plano de sustentabilidade para estas espécies, apesar das pressões feitas ao longo das últimas décadas (Jacques, 2010 apud Gallagher & Hammerschlag, 2011). Assim, a demonstração do potencial económico desta atividade pode forçar à criação de regulamentos e normas de proteção destes recursos.

O turismo de mergulho com tubarões enquadra-se ainda num conceito bem definido e igualmente em expansão a nível mundial: o Turismo Ativo. Este conceito gira em torno da experiência como mais-valia intangível e central da utilidade percebida pelo turista. Significa que, o verdadeiro valor retirado pelo turista do consumo do produto turístico assenta sobre as experiências que leva consigo, dando lugar ao surgimento de atividades de aventura que pressupõem algum risco, cuja imprevisibilidade do resultado final as tornam apelativas. Outra designação possível para este conceito é a de “Turismo de aventura”, e aventura pressupõe risco e incerteza (Ewert, 1989 apud Gallagher & Hammerschlag, 2011).

De acordo com Walle (1997 apud Weber, 2001), os turistas de aventura prescindem voluntariamente da sua segurança por forma a garantirem um proveito maior das suas experiências. Todavia, este conceito é desmentido por diversos autores e investigadores, sendo que a principal conclusão a que se chega é a de que, na verdade, este tipo de turistas é muito metucioso na forma como prepara o seu equipamento, avalia a favorabilidade das condições para realização das suas atividades e aventuras e tendem a ser muito seletivos nos operadores com quem trabalham (Celsi, Rosa & Leigh, 1993; Hall & McArthur, 1994 apud Weber, 2001).

Posto isto, é possível aferir que o turista ativo, ou de aventura, não procura o risco *per si*, mas sim revelar e descobrir o escondido e desconhecido, que só está ao alcance de quem se expõe ao risco de o descobrir. Pretende ainda o contato direto com o meio, testando as suas competências e habilidades no processo (Quinn, 1990 apud Weber, 2001).

De acordo com Quinn (1990 apud Weber 2001), “somos atraídos para as densas florestas e lagos porque nos dá a impressão que há algo a descobrir, algum segredo a desvendar (...). É a eterna sedução do desconhecido.”.

Assim, a definição de Turismo Ativo, ou Turismo de Aventura, mais consensual e citada na especialidade, é a de Hall e Weiler (1992 apud Weber, 2001). Para estes autores o Turismo Ativo é “um vasto espectro de atividades turísticas ao ar livre, frequentemente comercializadas, envolvendo uma interação com o meio natural, longe do domicílio do participante, contendo elementos de risco; nos quais o resultado é influenciado pelo próprio participante, condições e meio, bem como a gestão e condução da experiência turística”. Surgem assim três grandes domínios: o participante e as suas capacidades e competências, como destreza física e experiência; o meio e as condições adequadas ou

não à atividade, e, em terceiro, a capacidade e preparação do operador turístico que possibilita a aventura, de a conduzir da melhor forma, minimizando o risco efetivo, sem afetar a perceção de risco por parte dos participantes.

2.4 – Turismo de mergulho com tubarões: conceito e enquadramento

2.4.1 – Turismo no *Hipercluster* do mar

O Turismo Marítimo é um dos elementos mais antigos da oferta turística portuguesa e nele incluem-se diversas atividades náuticas, desde navegação de recreio, desportos náuticos, cruzeiros náuticos e até atividades marítimo-turísticas.

O mergulho com tubarões inclui-se no grupo dos desportos náuticos. Este grupo é por si só bastante vasto, pelo que o próprio mergulho com tubarões é considerado um subproduto de mergulho de escafandro, ou SCUBA (Gamito T., 2009).

Na sua globalidade é impossível precisar o volume de negócios que o Turismo Marítimo terá gerado, na medida em que os serviços estatísticos internos de cada país não estão preparados para prestar este tipo de informação. Porém, estima-se que em 2005 tenha gerado cerca de 173,7 mil milhões de euros a nível mundial, representando cerca de 10,5% do total da receita mundial do turismo, com uma taxa de crescimento prevista de 3,3% anual, até 2010 (Gamito T., 2009).

Segundo Gamito T. (2009), especialista em Desenvolvimento do Território e Planeamento Litoral e Portuário, a taxa de crescimento do Turismo Marítimo a nível internacional apresenta-se entre os 8% e os 10%, o que, no caso português, poderá fixar-se num ritmo superior, em virtude da maior margem de crescimento, consequência do reduzido volume de atividade atual, e do grande potencial de que Portugal dispõe neste particular.

Este é um dos produtos-chave contemplados no Plano Estratégico Nacional para o Turismo (MEE, 2015) e, segundo a Sociedade de Avaliação Estratégica e Risco, Lda. (SaeR, 2008 apud Gamito T., 2009), o Turismo Náutico revela uma grande atratividade como “negócio” e reúne condições que permitem competitividade face aos principais concorrentes, constituindo uma das áreas prioritárias e de maior potencial de desenvolvimento com contribuição para geração de riqueza e emprego nacionais.

2.4.2 – Turismo de Mergulho com Tubarões

O conceito de interagir com animais exóticos, de grande porte e grandes predadores, é desde sempre muito atrativo para os turistas. Sejam grandes felinos, cetáceos ou tubarões (Gallagher & Hammerschlag, 2011).

O mergulho e *snorkeling* com tubarões é um produto em expansão no seio do turismo de contato com a vida animal, o que em muito se deve à alteração de atitude face a estes grandes predadores. Passou-se de uma atitude em que “os humanos precisam de se proteger dos tubarões”, no início da década de 1970, para a ideia de que “nem todos os tubarões são perigosos”, em meados da década de 1970 até meados da década de 1980, passando pela procura de saber “como alimentar, fotografar e nadar com tubarões”, até ao início da década de 1990, culminando na conceção, oposta à inicial, de que “os tubarões precisam de ser protegidos dos humanos” que se mantém até hoje (Dearden et al., 2008 apud Bentz et al., 2014).

O crescimento deste produto a nível mundial é do maior interesse para os conservacionistas, uma vez que estes animais sofrem elevadas pressões de atividades como a pesca, fruto do elevado valor de mercado das suas barbatanas (Magnussen et al., 2007 apud Bentz et al., 2014). A nível global, 32% das espécies pelágicas de tubarões e raias estão ameaçadas, sendo que outras 24% estão, ou aproximam-se de estar, dentro do critério de espécies ameaçadas.

O desenvolvimento sustentado desta atividade possibilita um elevado retorno económico, enquanto se evitam impactos ambientais e sociais negativos a longo prazo. Como impactos ambientais diretos, possíveis de contornar, encontram-se lesões, *stress* e alterações de padrões de alimentação e reprodução, bem como a alteração de percursos migratórios (Martin, 2007; Mau, 2008; Quiros, 2006 apud Bentz et al., 2014). Em termos indiretos, a falta de uma conduta assente na sustentabilidade pode levar a consequências, como a poluição e danos em recifes de corais, entre outros, fruto do ancoramento indevido das embarcações turísticas (Benz et al., 2014).

Relativamente aos impactos sociais, a prática insustentada deste tipo de atividade poderá, desde logo, ter influência no próprio nível de satisfação do turista com a sua experiência, que poderá ser comprometida ao encontrar um local de mergulho lotado de embarcações e de outros mergulhadores. Ao nível da sociedade local, assinala-se ainda a possível

quebra de coesão social e da atitude face ao produto e seu desenvolvimento (Bell, 2010; Ziegler, Dearden & Rollins, 2012 apud Bentz et al., 2014).

2.5 – O Mercado

Em primeiro lugar, no que à dimensão do mercado diz respeito, é de salientar o número estimado de mergulhadores certificados a nível mundial, em 2007, que se fixou em 22,1 milhões (Gallagher & Hammerschlag, 2011). Porém, nem todos os mergulhadores certificados são considerados “mergulhadores ativos”, isto é, que ainda fazem uso da sua certificação e mergulham com regularidade. Assim, apenas 7,3 milhões destes são considerados mergulhadores ativos. Ainda em 2007, estimou-se que 2,7 milhões de mergulhadores realizaram “férias de mergulho”, sendo que 10% do total de mergulhadores certificados (2,2 milhões) procuram a prática de mergulho recreativo regularmente (Gallagher & Hammerschlag, 2011).

Outro aspeto a ter em conta ao avaliar-se o mercado do turismo de mergulho é o crescimento da modalidade de “turismo ativo”, cuja fama favorece o produto de turismo de mergulho e o turismo de desporto e aventura em geral.

Quanto ao crescimento do mercado, destacam-se quatro aspetos fundamentais. Em primeiro lugar, a taxa de crescimento do número de mergulhadores certificados, que se tem apresentado na ordem dos 2,5% anuais, um valor considerado baixo, tendo em conta as taxas registadas na década de 1980, que se fixavam nos 15%, aproximadamente (Figura 3)

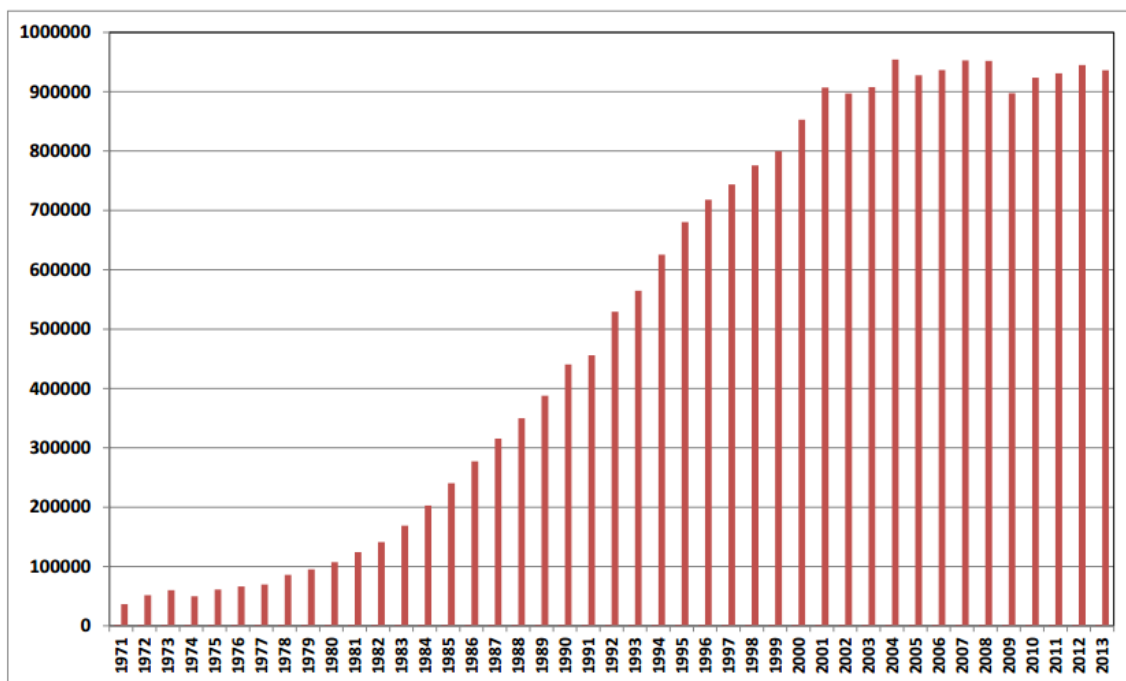


Figura 3 - Número de mergulhadores certificados 1980 - 2013 (PADI, 2013)

Porém, importa salientar que, desde o ano 2000, anualmente têm sido emitidos mais de 800 000 novos certificados de habilitações para mergulho. Assim, na última década vem-se a registar um aumento, com pequenas flutuações, superior ao número absoluto de mergulhadores certificados da década de 80. Como tal, facilmente se verifica o crescimento e a popularização deste desporto a nível mundial. (PADI, 2010).

Em segundo lugar, outro facto a ter em conta na análise do potencial de crescimento do mercado de mergulho é que os mergulhadores dos Estados Unidos da América, que são na ordem dos 12,8 milhões, mergulham, grosso modo, em águas do próprio país e Caraíbas, havendo uma larga margem de exploração deste mercado, sobretudo por parte de destinos como o açoriano (PADI, 2010). Segundo Jim Binney (2009) no relatório feito sobre o parque marinho da Grande Barreira de Coral, Austrália, os principais mercados emissores de turistas de mergulho são o Americano, o Britânico, o Alemão e, por razões de proximidade geográfica, o Japonês.

Não menos importante, no que diz respeito ao terceiro aspeto fundamental desta análise, encontra-se o crescente interesse de viajantes e famílias *budget* que tendem a incorporar o mercado de consumidores de produtos de mergulho em férias, ainda que principalmente de mergulhos experimentais, que não exigem certificação.

Por último, refira-se o segmento feminino e de viajantes solteiros em geral, entre os quais o produto surge como uma via de interação com novas pessoas, uma vez que o mergulho é uma atividade que nunca deve ser feita sem um parceiro, proporcionando oportunidades sociais aliadas a uma componente de desporto e aventura (Garrod & Gössling, 2008)

2.5.1 – Principais tendências

Tratando-se de um nicho, não existe uma grande abundância de documentação científica da especialidade, especialmente ao nível da evolução do produto e fluxos resultantes da capacidade de atração do mesmo. Porém, tal como apresenta Gallagher & Hammerschlag (2011), existe um grupo seletivo de destinos que vigoram na maioria dos estudos da especialidade, sobre os quais é possível avaliar a capacidade de criação de valor do mergulho com tubarões.

Assim, é possível identificar os principais destinos turísticos a nível mundial. Na lista constam mais de 80, que, naturalmente se distinguem não só pela região geográfica e consequente variedade de espécies que podem ser encontradas em cada uma delas, mas também pela categoria, isto é, pelo tipo de espécies de tubarões passíveis de serem encontradas em cada região, organizadas em “Altamente migratórias” (*highly migratory [H]*), “Costeiras e associadas a recifes” (*Coastal and reef associated [CR]*) e “Pelágicas” (*pelagic [P]*).

Destaca-se desta lista, sendo especialmente elucidativo para o estudo em questão, a existência de apenas 4 destinos no continente europeu, com um total de 18 operadores, dos quais apenas 2 a atuar nos Açores. É sabido que o número de operadores cresceu exponencialmente desde então, totalizando, atualmente, 14 operadores dispersos por várias ilhas do arquipélago (Turismo dos Açores, 2014).

O potencial económico do mergulho com tubarões é um dado adquirido. Em destinos estabelecidos como as Maldivas, este produto apresentou só em 1993 receitas de US\$2,3 milhões em cerca de 76 000 mergulhos da especialidade (Anderson & Ahmed, 1993; Anderson & Waheed, 2001, apud Gallagher & Hammerschlag 2011). Nas Bahamas, um destino com uma tradição recreacional com estes animais com mais de 25 anos, contou com receitas de US\$78 milhões em 2007 provenientes de 73 000 mergulhos com tubarões (Cline, 2008, apud Gallagher & Hammerschlag 2011).

Desta forma, os principais destinos que mais receita geram, segundo Gallagher & Hammerschlag (2011) são os presentes na tabela.

Tabela 3 - Impacto económico nos principais destinos estabelecidos por ordem de surgimento em relatórios anteriores

Location	Value (per year)	Species	Source
Gansbaai, SA	4.4 million	White	Hara, Maharaj and Pithers (2003)
Maldiv Islands	2.3 million (1993)	Various reef spp.	Anderson and Ahmed (1993)
Maldiv Islands	6.6 million (1998)	Various reef spp.	Waheed (1998)
Ningaloo Reef, AUS	5.9 million (1997)	Whale	Davis et al. (1997)
Seychelles	4.88 million	Whale	Rowat and Engerhardt (2007)
The Bahamas	78 million (2004)	Various reef spp.	Cline (2008)

Note: Location, annual value, species, and source are presented.

Fonte: Gallagher & Hammerschlag, 2011

Da análise da tabela, é imperativo analisar a relação entre as espécies existentes nestes destinos com a receita que geram.

A conclusão a que chegaram Gallagher & Hammerschlag (2011) é que as espécies que mais frequentemente são publicitadas pelos destinos são os tubarões de recife (*Carcharhinus melanopterus*), seguido de tubarão baleia (*Rhincodon typus*) e tubarão martelo (*Sphyrna lewini*).

Uma razão identificada pelo duo de autores para a procura e capacidade de criação de riqueza de uma espécie como o tubarão baleia vai muito para além do seu tamanho. Trata-se realmente do maior peixe conhecido, é também uma espécie considerada como inofensiva, mas é igualmente um animal ameaçado.

O turismo com tubarões ganha assim uma nova faceta. Através de um modelo de ecoturismo, este produto tem a capacidade de gerar elevado valor e, em simultâneo, ter um papel ativo na proteção e preservação de espécies, bem como a requalificação dos seus *habitats* naturais (Gallagher & Hammerschlag, 2011).

2.5.2 – Segmentação do mercado

Um aspeto chave no estudo de mercado de qualquer produto, seja ele turístico ou não, é a segmentação do mesmo.

Em primeiro lugar, a segmentação de mercado não é mais que a divisão de um universo complexo e heterogéneo (o mercado) em grupos mais pequenos e homogéneos e com características comuns, sob vários critérios possíveis, por forma a possibilitar um melhor entendimento sobre o mesmo e, conseqüentemente, uma operação e abordagem estratégica mais eficaz por parte da oferta, neste caso, operadores e destinos recetores (Palacio & McCool, 1997, apud Garrod & Gössling, 2008)

Apesar do conceito de segmentação estar perfeitamente estabelecido, os critérios que devem ser usados estão longe de ser unânimes, havendo uma enorme variedade. Swarbrooke & Horner (1999, apud Garrod & Gössling, 2008) identificam quatro variáveis chave para uma segmentação eficaz:

- Geográfico: o mercado é segmentado com base no local de residência do turista bem como a distância percorrida até ao destino, ou, mais frequentemente, a sua nacionalidade. Por exemplo, segundo Higham (2004 apud Garrod & Gössling, 2008), os Franceses que procuram fazer turismo ativo durante o período de verão têm preferência por mergulho ou *snorkeling*, enquanto os Alemães optam por caminhar em trilhos pedestres.
- Socioeconómico: segmentação baseada na ocupação ou salário/ receita dos turistas. No caso do turismo de mergulho, é comum a associação a turistas com rendimentos mais altos, em função dos custos associados a este desporto, ou seja, a formação e o equipamento serem muito altos (Cater & Cater, 2001, apud Garrod & Gössling, 2008).
- Demográfico: distingue-se o mercado em função de critérios demográficos, por exemplo, género, idade ou nível de educação. No caso do turismo de mergulho, denota-se uma clara predominância do sexo masculino e de jovens. Segundo as estatísticas PADI (2014), a mediana das idades de todos os certificados é de 29 anos e a predominância do sexo masculino fixa-se nos 66%, aproximadamente, tendência que é normalmente atribuída ao nível de exigência física desta atividade.

- Comportamental: nesta segmentação, agregam-se os turistas de mergulho consoante as características comportamentais que os distinguem. Entre elas poderão estar a motivação para realizar o mergulho, o motivo principal da visita do destino. Neste particular, segundo Cater & Cater (2001, apud Garrod & Gössling, 2008), é crescente o número de pessoas que mergulham durante as férias e que o fazem em destinos e pacotes de férias de Sol e Mar.

A segmentação de mercado não se cinge apenas a estas variáveis. Existem ainda características e requisitos universais de segmentação, estes sim unânimes e comuns a todos os processos de segmentação. Neste sentido, um segmento de mercado deve ser sempre (Kotler & Armstrong, 1999):

- Mensurável: as variáveis selecionadas como base de um determinado segmento devem poder ser sempre empiricamente medidas ou quantificadas.
- Acionável: permitir a formulação de programas de marketing distintos para cada segmento.
- Diferenciável: os segmentos devem ser conceptualmente distintos e responder de forma distinta às diferentes combinações e ponderações dos elementos do *marketing mix*.
- Acessíveis: cada segmento pode ser efetivamente alcançado e trabalhado.
- Substancial: todo e cada segmento deve ser grande o suficiente para poder ser rentável e justificar os custos de segmentação associados a este tipo de processo.

Alguns autores acrescentam outros critérios aos apresentados, porém todos partem desta mesma base (Fyall & Garrod, 2005)

Ao nível do Turismo de Mergulho em particular, apresenta-se abaixo um modelo de segmentação do mercado avançado por Keeling (2006, apud Garrod & Gössling, 2008) e que pode ser aplicado a qualquer atividade de turismo de aventura/ turismo ativo, como o é o Turismo de mergulho com tubarões:

- “*Samplers*”: os turistas que ingressam na aventura pela primeira vez, ou que o fazem de uma forma muito ocasional
- “*Learners*”: os que estão em processo de aprendizagem das técnicas elementares da modalidade, ou que tencionam aperfeiçoá-las

- “*Dabblers*”: turistas que ocasionalmente ingressam neste tipo de atividades em lazer ou durante as férias. Normalmente têm alguma técnica e conhecimento específico. As férias são uma oportunidade para participar.
- “*Enthusiasts*”: os turistas que regularmente praticam mergulho, tendo experiência e técnica. Normalmente procuram um desafio ou novidade.

A satisfação de um turista de aventura está muito dependente de fatores *Push* e *Pull*, e a gestão dos mesmos poderá definir a quão proveitosa é a experiência. Por fatores *Push* entendem-se, grosso modo, as capacidades e desejos dos praticantes, assim como a motivação da sua viagem. Por seu lado, os fatores *Pull* podem definir-se pelas características e recursos de um determinado destino, que possibilitam a concretização dos desejos e motivações do turista. No caso do mergulho, os fatores *Push* poderão ir desde a vontade de mergulhar num *spot* com determinadas características ao nível geológico e com diversidade de espécies, como a existência de determinado tipo de tubarões, até à exigência técnica, enquanto os fatores *Pull* representam elementos como o clima, a visibilidade da água, a exigência técnica do mergulho oferecido, ou seja, as características do destino e dos *spots* disponíveis, bem como a ação dos operadores (Trauer, 2006).

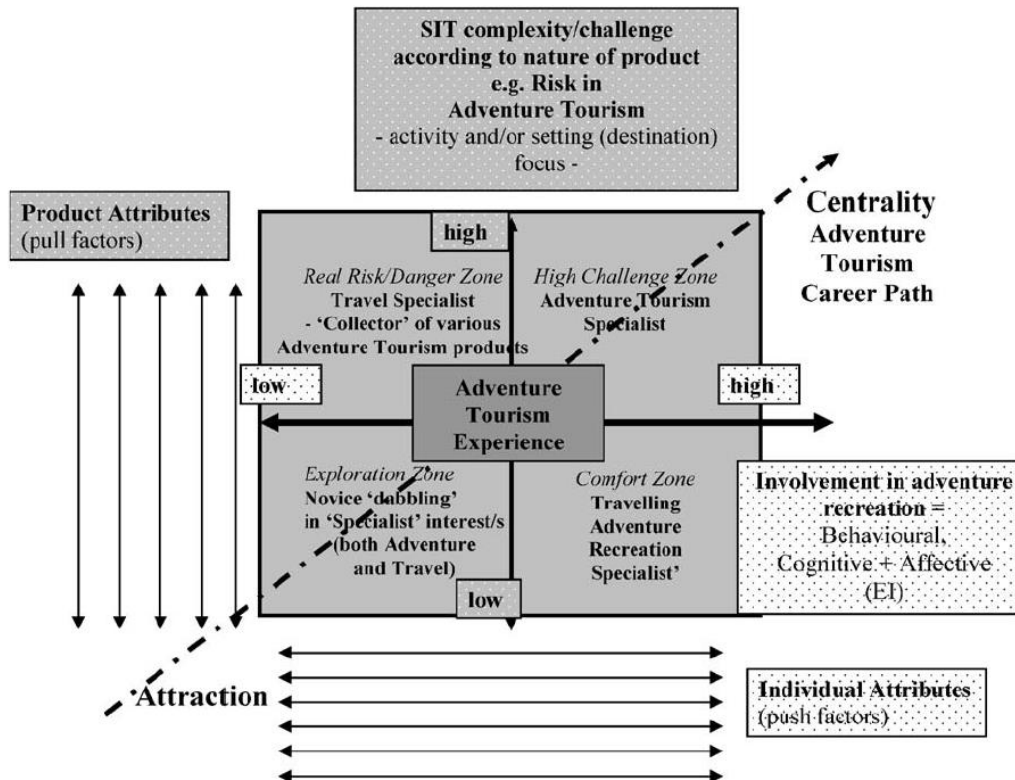


Figura 4- The "Adventure Tourism Experience" (Trauer, 2006)

Posto isto, surge uma nova segmentação muito comum no mercado de Turismo de Aventura/ Turismo Ativo, que, a seguir, se define e explicita:

- **Colecionador:** (Baixo envolvimento/ Elevado desafio) Este tipo de turista pratica atividades de aventura regularmente e não se cinge a apenas uma atividade em específico. É um verdadeiro colecionador de experiências de aventura. Expõe-se ao risco em função da sua baixa especialização técnica. A boa segmentação e identificação deste tipo de turista poderá despoletar alguns mecanismos de defesa por parte dos operadores, com vista a suprimir fatores de risco, que poderão resultar em acidentes.
- **Turista Especialista:** (Alto envolvimento/ Alto desafio) este turista procura uma atividade de especial interesse, que assume uma posição central no seu lazer e estilo de vida, sendo frequentemente muito qualificado tecnicamente.
- **Especialista recreativo:** (Alto envolvimento/ Baixo desafio) o indivíduo pratica a atividade regularmente, no seu tempo de lazer, mas em viagem raramente o faz, ou fá-lo sem sair da sua zona de conforto.
- **Novato:** (Baixo envolvimento/ Baixo desafio) É o tipo de turista que não está familiarizado com as atividades de aventura, tendo falta de experiência e de conhecimento técnico. Também está pouco habituado a viajar e a fazer turismo.

Esta segmentação está intimamente ligada ao diagrama de Trauer (2006) no qual se relacionam os vários fatores *Push* e *Pull* e através do qual é possível compreender quais os requisitos para assegurar uma experiência satisfatória para cada um dos segmentos.

2.5.3 – Perfil do turista de mergulho

Quem são as pessoas que fazem mergulho e viajam para o fazer?

Garrod & Gössling (2008) colocaram a mesma questão, concluindo que a informação existente era pouca e a que existia representava uma cobertura apenas parcial, por se tratar sobretudo de estudos de caso geograficamente muito restritos.

A maioria das organizações de formação e certificação de mergulho fazem um registo estatístico. Este registo, porém, não passa de um histórico dos formandos que, em determinada altura, obtiveram a sua certificação. É, ainda, limitativo e pouco conclusivo,

ao nível dos que são ativos na prática de mergulho e ainda mais na sua caracterização ao nível demográfico, no que se relaciona com os seus hábitos de consumo, entre outros aspetos pertinentes para este estudo (Garrod & Gössling, 2008).

Segundo foi apurado por Garrod & Gössling (2008), o mergulho de escafandro caracteriza-se tradicionalmente por ser um desporto dominado pelo sexo masculino. É frequentemente atribuída a causa desta tendência à exigência física e imagem “macho” desta atividade.

A bibliografia existente confirma esta tendência através de estudos como o de Tabata (1992, apud Garrod & Gössling, 2008), que cita uma publicação da revista *Skin Diver*, a qual concluiu que 65% de todos os mergulhadores Scuba são do sexo masculinos. Daton & Baker (1999), por seu lado, foram mais longe e concluíram da sua investigação que, no recife artificial do Texas, 81% dos mergulhadores eram locais, do sexo masculino e com idades compreendidas entre os 21 e os 39 anos.

Todavia, esta tendência de predominância do sexo masculino é contrariada por Musa et al. (2006, apud Garrod & Gössling, 2008), que, no estudo por eles desenvolvido na Malásia, um destino estabelecido neste produto turístico, referem que são do sexo feminino 46.9% dos turistas que lá mergulham.

Por esta análise é possível concluir que, embora na globalidade da prática do desporto se verifique um domínio do sexo masculino, em âmbito turístico, a divisão é bastante mais equilibrada (Garrod & Gössling, 2008). Segundo o *Travel Activity and Motivation Survey* (2006, apud Garrod & Gössling, 2008), estudo levado a cabo pelo governo Canadiano, os mergulhadores e *snorkelers* do continente americano chegam a caracterizar-se por uma maioria do sexo feminino (57,9% para 42,1%).

De acordo com Mundet & Ribera (2001, apud Garrod & Gössling, 2008), 56% dos mergulhadores nas ilhas Medes, em Espanha, encontram-se entre os 31 e 45 anos de idade. A explicação encontrada para esta tendência prende-se com a capacidade de poder de compra tipicamente alta na prática de mergulho, em função do equipamento necessário representar um investimento avultado, apenas ao alcance de praticantes com idade suficiente para o conseguir alcançar.

Ao nível do grau de formação académica, o mergulho é uma atividade claramente procurada por indivíduos com um elevado grau de formação. Segundo Tabata (1992, apud

Garrod & Gössling, 2008), 84,2% dos leitores da *Skin Diver* terá no mínimo frequentado a universidade, sendo que, nesta altura, apenas 35,6% da população americana teria atingido este grau académico. Mais recentemente, Todd (2004, Garrod & Gössling, 2008) confirmou a tendência anterior, ao constatar que 75% dos mergulhadores residentes e praticantes, no estado de Nova Iorque, teria atingido este nível de formação. Por fim, Cater & Cater (2001, apud Garrod & Gössling, 2008) terão concluído, através de um relatório da PADI, que 80% dos mergulhadores certificados recentemente teriam concluído o ensino superior.

A literatura existente corrobora a ideia de que os mergulhadores recreativos auferem rendimentos superiores à média. Esta tendência não surpreende, em virtude dos avultados custos do equipamento e da formação indispensáveis a esta atividade. Focando a vertente turística do mergulho, a OMT (2001, apud Garrod & Gössling, 2008) concluiu que 78% dos turistas internacionais de mergulho têm um emprego a tempo inteiro, diferença bastante considerável dos 55% relativos à generalidade dos turistas internacionais. Esta tendência mantém-se no nível de rendimento do agregado familiar dos turistas internacionais de mergulho recreativo, que se fixava numa média de \$80 000 anuais, também superior à generalidade dos turistas internacionais (OMT, 2001 apud Garrod & Gössling, 2008).

Outro parâmetro que não pode deixar de ser analisado é a experiência dos turistas de mergulho. Nesta análise verifica-se novamente a impossibilidade de concluir acerca do turismo de mergulho com tubarões em específico, através dos dados da prática de mergulho isoladamente. Assim, no caso dos turistas de mergulho, a tendência é claramente a de um nível de experiência alto, e de carreiras de mergulho estabelecidas, isto é, com alguma longevidade (OMT, 2001, apud Garrod & Gössling, 2008). Thailing & Ditton (2003, apud Garrod & Gössling, 2008) terão apurado que os mergulhadores interrogados no estado do Texas teriam passado 14,2 dias daquele ano a mergulhar, dos quais 5,3 dias teriam implicado viagens internacionais, tendo por isso passaportes válidos.

Antes de concluir o corrente capítulo importa salvaguardar alguma cautela na análise desta informação. Os mergulhadores não são todos iguais. As diferenças principais assinalam-se desde logo ao nível da centralidade que a prática de mergulho tem nos seus estilos de vida ou motivações para viajar, os tipos de mergulho pelos quais mais se interessam (técnico ou recreativo), os interesses pessoais de cada um e, talvez a mais imprevisível e preponderante, a personalidade de cada um.

III – Metodologia

3.1 – Roteiro metodológico

A presente investigação e toda a sua pesquisa assenta nas regras do método científico aplicado às ciências sociais. Assim sendo, a premissa de obtenção de conhecimento novo, ou de aprofundamento de conhecimento já existente é uma constante.

O método em causa baseia-se na observação sistemática direta (do próprio) ou indireta (de terceiros) obtida através da pesquisa de campo e a investigação “inicia-se com o diagnóstico das necessidades de informação e seleção de variáveis relevantes sobre as quais se irão recolher, registar e analisar informações válidas e fiáveis” (Sarmiento, 2013).

O processo metodológico de investigação aplicado a esta dissertação teve por base o modelo científico de Quivy & Campenhoudt (2008) composto por três grandes atos: Rutura, Construção e Verificação, que incluem as várias etapas, tal como disposto no diagrama seguinte:

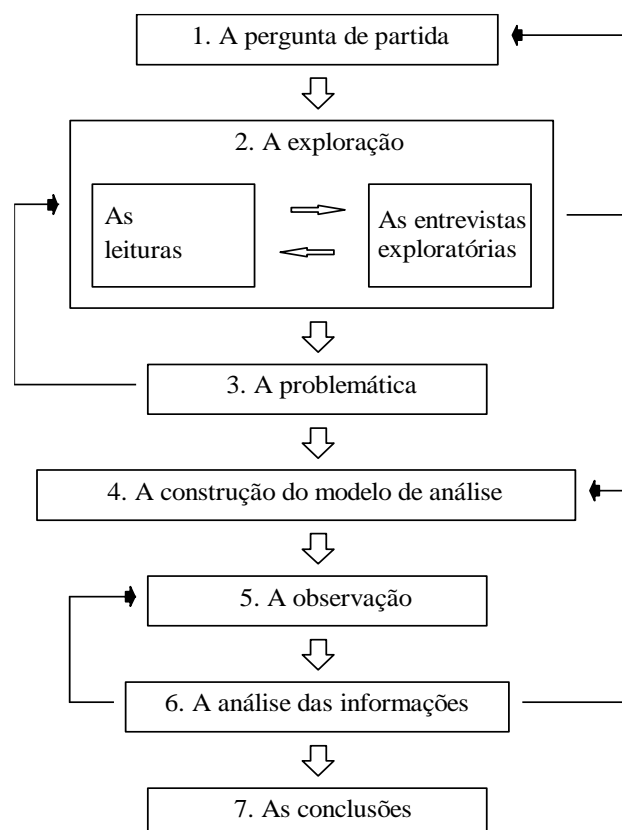


Figura 5 - Roteiro Metodológico - Fonte: Quivy & Campenhoudt (2008)

Segundo Quivy & Campenhoudt (2008), as três fases estão interligadas e dependem umas das outras, relacionam-se mutuamente. Elas compreendem uma série de operações agrupadas em sete etapas, que, por sua vez, constituem circuitos de retroação que interagem ao longo do tempo.

A rutura, primeira fase deste procedimento científico, tem como função possibilitar ao investigador romper com os preconceitos e dotá-lo de uma maior abertura a nova informação e conhecimento (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Só após efetivar esta rutura, é possível entrar numa fase de construção. Nesta fase, procede-se à conceção de um plano teórico de referência que permita efetuar uma experimentação válida. Para isso, é necessário proceder a um levantamento das proposições explicativas do fenómeno a estudar e prever qual o plano de pesquisa a definir, quais os testes a serem aplicados, bem como as conclusões esperadas dos mesmos, no final da investigação (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Por fim, numa fase de verificação, atesta-se a experimentação dos resultados. Esta verificação assenta no pressuposto de que “uma proposição só tem direito ao estatuto científico na medida em que pode ser verificada pelos factos” (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Quanto às etapas de investigação, tudo se inicia na formulação de uma pergunta de partida. Esta pergunta de partida servirá como fio condutor da investigação, pois tenta exprimir o mais exatamente possível aquilo que o investigador procura saber, elucidar e compreender (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Posto isto, com base nos critérios supramencionados, formulou-se a seguinte pergunta de partida: *Existem condições na Região Autónoma dos Açores para viabilizar a exploração do turismo de mergulho com tubarões como produto turístico específico?*

Em seguida, numa segunda etapa, identificada como Exploração, teve lugar uma revisão detalhada da literatura existente e recurso a uma entrevista exploratória a um especialista e interveniente na oferta do produto na região, que permitiram ao investigador tomar consciência da realidade social relacionada com o objeto da investigação, nomeadamente, identificar e conciliar os conceitos e paradigmas, assim como a evolução do pensamento científico acerca do turismo, dos produtos turísticos, do turismo de natureza e aventura e,

em particular do turismo de mergulho com tubarões, ao nível global e no destino em particular.

Do resultante da etapa anterior, avançou-se para a formulação da problemática. Esta terceira etapa resume-se à abordagem teórica que se decide adotar para tratar o problema formulado na pergunta de partida, assim como definir os pilares que fundamentam a análise.

Desta forma, após uma revisão bibliográfica sobre o Sistema Turístico do Mergulho, concluiu-se que os principais pilares para o sucesso de um produto como o mergulho com tubarões, representavam quatro grandes vertentes de investigação, sobre as quais seria essencial recolher o máximo de informação específica, por forma a conseguir avaliar o verdadeiro potencial do produto e do destino.

Segundo Dimmock, K & Musa, G (2015), os quatro elementos centrais seriam: o ambiente marinho, os mergulhadores, a indústria turística de mergulho e a comunidade local.

O ambiente marinho é o elemento estrutural de todo o sistema. É dele que todos os *stakeholders* dependem. Dentro dos *stakeholders* chave envolvidos neste sistema estão, em primeiro lugar, os próprios mergulhadores (procura), e toda a oferta do produto, isto é, operadores de mergulho com tubarões, centros de formação e treino de mergulho, transporte, bem como serviços complementares e transversais a qualquer sistema turístico, como o são o alojamento, a gastronomia, a animação, entre outros.

Para além destes, outros *stakeholders* são a comunidade local, que disponibiliza recursos sociais e culturais, bem como o governo local, responsável pela regulamentação e gestão de recursos.

Sendo o ambiente marinho um sistema ecológico frágil, a relação entre todos estes *stakeholders* neste sistema turístico é complexa. Cada *stakeholder* tem um papel específico e um conjunto de responsabilidades dentro do sistema turístico do mergulho, mas está sempre dependente de todos os outros, e interage com todos eles, o que obriga a um clima de colaboração de forma a que os diferentes *stakeholders* reconheçam o papel e importância de todos os outros (Ku KC & Chen TC, 2013 apud Dimmock & Musa, 2015).

As vertentes de investigação definidas nesta metodologia foram fundamentadas com base nos diferentes *stakeholders* deste sistema turístico, da sua dinâmica e da sua coordenação. São estas inter-relações que definem os fatores chave de sucesso deste produto e é esta a premissa que permite responder à pergunta de partida da dissertação. Desta forma, foram definidas quatro vertentes:

Em primeiro lugar, a vertente Geográfica, na qual se procurou avaliar as relações entre o espaço geográfico, os recursos naturais e a adequação das infraestruturas de apoio à atividade turística, como o alojamento, a rede de transportes, entre outros.

Num segundo plano, identificou-se a vertente Operacional, que incide sobre a qualificação da mão de obra interveniente no processo de produção deste produto turístico, bem como a sua capacidade de satisfação das expectativas e exigências dos turistas. Neste particular, é igualmente imperativo abordar questões como a segurança e gestão do risco.

Numa vertente Socioeconómica, avalia-se a capacidade de criação de riqueza e mais-valias económicas, bem como as contrapartidas sociais que delas resultam, como, por exemplo, a capacidade de criação de emprego.

Por fim, numa vertente Estratégica, importa avaliar a ação e eficácia das políticas e da regulamentação desta atividade, e apresentar sugestões e linhas orientadoras capazes de solucionar o máximo de anomalias no sistema turístico de mergulho com tubarões existente na região, idealmente, capaz de ir ao encontro dos interesses de todos os *stakeholders*, fortificando as relações e o clima de cooperação do sistema turístico em causa.

Posteriormente, surge a quinta etapa do processo de investigação - a etapa de Observação - na qual o modelo de análise formulado na quarta etapa foi confrontado com dados observáveis (Quivy & Campenhoudt, 2008). A recolha de informação em bibliografia especializada e de autores consagrados no tema, foi concretizada com recurso a livros, artigos científicos, relatórios governamentais e dados estatísticos disponíveis em plataformas na *internet*, como, por exemplo, o Instituto Nacional de Estatística, o Turismo de Portugal, a OMT, o SREA, entre outros.

Complementarmente, foi levada a cabo uma observação direta, através da técnica de entrevista estruturada junto dos operadores que oferecem este tipo de experiência no

arquipélago, para recolher informação específica acerca das problemáticas e questões operacionais, levantadas na fase anterior, e que permitiria, posteriormente, contribuir para a definição das conclusões da investigação.

Numa sexta etapa, procedeu-se ao tratamento dos dados obtidos pela observação direta. Nesta etapa analisou-se e confrontou-se toda a informação resultante dos dados observados, para poder validar as hipóteses formuladas e verificar se os resultados obtidos permitiam dar uma resposta à pergunta de partida.

Nesta fase foi ainda essencial identificar conclusões inesperadas e rever ou afinar as hipóteses, de modo a poder proceder a um aperfeiçoamento no modelo de análise, bem como propor pistas de reflexão e de investigação para o futuro (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Por último, numa sétima etapa, tiraram-se as conclusões de todas as informações recolhidas ao longo da investigação, tendo sido colocados em evidência os novos contributos para a comunidade científica. Esta etapa dividiu-se em três partes: primeiro uma retrospectiva das grandes linhas do procedimento adotado, seguida de uma apresentação pormenorizada dos contributos para o conhecimento que advém do trabalho e, finalmente, teceram-se considerações de ordem prática e apresentaram-se sugestões para futuras investigações (Quivy & Campenhoudt, 2008).

3.2 – Observação e respetivos instrumentos

A fase de observação consiste num conjunto de operações através das quais as hipóteses e conceitos previamente estabelecidos são submetidos a teste e confrontados com dados observáveis. Assim, na observação promove-se uma interligação entre a teoria existente sobre o objeto de estudo da investigação e os dados observados (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Segundo Quivy & Campenhoudt (2008), um trabalho rigoroso de observação deve responder a três questões elementares: observar o quê? em quem? e como? A primeira prende-se com a seleção dos dados mais pertinentes, relevantes e importantes para verificar e testar as diferentes hipóteses. Por seu lado, a segunda questão “Em quem?” reflete a necessidade de circunscrever a análise empírica a um espaço geográfico. Por

último, “Como?” permite ao investigador selecionar um ou mais instrumentos de observação e recolha de dados.

Um instrumento de observação deve ser capaz de recolher ou produzir informação prescrita pelos indicadores e pode apresentar diversas formas. Em primeiro lugar, a observação pode ser indireta – nos casos em que o investigador procede à recolha de informação sem se dirigir aos sujeitos interessados – ou direta – nos casos em que o investigador se dirige junto dos interessados e recolhe informações através de um questionário ou entrevista (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Tal como referido anteriormente, a resposta a “Observar o quê?” responde-se com base nos objetivos gerais e específicos enunciados anteriormente, transformados em questões operacionais. As questões operacionais identificadas foram:

QO1. A RAA possui os recursos primários indispensáveis para o desenvolvimento do produto turístico específico “Mergulho com tubarões”?

QO2. O perfil do turista que visita os Açores associado ao “Mergulho com tubarões” possui características diferenciadoras?

QO3. O posicionamento da RAA face à concorrência para o produto “Mergulho com tubarões” está identificado?

QO4. O produto específico “Mergulho com tubarões” possui o mercado internacional como principal alvo?

QO5. É possível definir os requisitos de proteção ambiental para o desenvolvimento do produto?

Para conseguir responder a todas estas questões e posteriormente à pergunta de partida, elaborou-se um guião de objetivos que necessariamente teriam de ser cumpridos. Alguns obrigariam a uma observação direta e outros a uma investigação através de fontes secundárias. São eles:

Objetivo 1 - Avaliar a adequação dos recursos naturais, infraestruturas de apoio e transporte para a prática de mergulho com tubarões nos Açores;

Objetivo 2 - Aferir acerca da qualificação da mão de obra interveniente no processo de produção deste produto turístico na região, bem como a sua capacidade de satisfação das expectativas e exigências dos turistas;

Objetivo 3 - Conhecer as especificidades operacionais do negócio na região;

Objetivo 4 - Avaliar as mais-valias económicas e benefícios sociais do produto na região;

Objetivo 5 - Concluir acerca da efetividade da promoção do produto e do destino;

Objetivo 6 - Avaliar a opinião dos operadores acerca das alterações no paradigma de transporte que se adivinhava e possíveis consequências;

Objetivo 7 - Conhecer a sustentabilidade do produto na região, através da avaliação da fiscalização feita pelas autoridades quer aos operadores, quer às atividades concorrentes;

Objetivo 8 - Aferir acerca das previsões de crescimento dos operadores ao nível socioeconómico;

Objetivo 9 - Conhecer o perfil do turista de mergulho com tubarões e relacioná-lo com o perfil do turista na RAA;

Objetivo 10 - Fundamentar um plano de desenvolvimento estratégico para o produto específico na região;

Esta investigação assentou assim numa observação direta, através de entrevistas como instrumento de observação, procurando responder às questões elencadas acima. A resposta a estas questões permitiu chegar a uma resposta final à pergunta de partida e, consequentemente, deu azo a possíveis sugestões de investigação futura, e/ou conclusões inesperadas.

3.3 – Inquérito por entrevista

O inquérito por entrevista é um instrumento de observação que consiste em colocar uma série de perguntas a um grupo representativo de uma população e visa o teste e a verificação de hipóteses que permitam concluir acerca do modelo e dos objetivos que se pretendem atingir com a investigação (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Após recolhidos todos os testemunhos, o seu tratamento e análise originam resultados que são posteriormente comparados e interpretados entre si e com os pressupostos teóricos existentes e com base nos quais se desenvolveu o instrumento.

Neste processo, o instrumento deve ser testado e posteriormente aperfeiçoado até um guião final que salvguarde a resposta a todos as questões operacionais e que garanta a sua compreensão por todos os inquiridos, garantindo informação fidedigna (Quivy & Campenhoudt, 2008), e idealmente informação adicional, resultante do incentivo ao desenvolvimento da resposta, tanto quanto possível por parte do entrevistador, com vista a assegurar que se obtém o máximo de informação de cada entrevistado.

Existem diversos tipos de entrevistas, que se distinguem por diferentes estilos de perguntas e por diversos graus de liberdade na resposta do entrevistado. Segundo Gil (1999), podem classificar-se em quatro categorias:

1. A entrevista *informal*: na qual o guião é o menos estruturado possível, podendo confundir-se com uma simples conversa com o entrevistado. Este tipo de entrevista é ideal para obter informação sobre uma ou mais realidades com as quais o investigador está pouco familiarizado.
2. A entrevista *focalizada*: partilha de um grau de estruturação semelhante à entrevista *Informal*, porém o investigador apresenta um tema bem definido. Em função da pouca estruturação do guião, cabe ao entrevistador ter a capacidade de “forçar” o entrevistado a retomar o tema em foco, sempre que o mesmo comece a divagar.
3. A entrevista *Por pautas*: caracteriza-se já por alguma estruturação ao nível do guião da entrevista. A entrevista centra-se numa série de aspetos para os quais o entrevistador quer obter resposta, que o levam a colocar algumas perguntas diretas no decorrer da mesma, permitindo ao entrevistado desenvolver de forma autónoma e livre as suas respostas, enquanto o entrevistador associa a informação a cada uma das *pautas*.
4. A entrevista *Estruturada*: é o modelo de entrevista que menos liberdade permite ao entrevistado. É o estilo de guião de entrevista que mais se assemelha ao de um inquérito por questionário, pelo que as perguntas se apresentam numa ordem e redação invariável para todos os entrevistados. É um modelo mais indicado para amostras de grande número e que exijam um tratamento quantitativo dos dados.

“Identificar os pontos fortes de uma técnica de coleta de dados, assim como as suas fraquezas, possibilita ao pesquisador, ter plena consciência da quantidade e qualidade das informações que podem ser coletadas com a sua utilização” (Júnior & Júnior, 2011).

Neste sentido, a utilização de um instrumento de observação como a entrevista em detrimento de um inquérito por questionário tem diversas vantagens relativas. Entre elas destacam-se a flexibilidade na aplicação do instrumento, a facilidade de adaptação do protocolo e a possibilidade de comprovar e esclarecer o entrevistado acerca do significado de cada pergunta durante o processo de inquérito. Para além destas, importa referir a maior facilidade de obter uma taxa de cobertura elevada, uma vez que será mais fácil a um entrevistado ignorar ou recusar o preenchimento de um inquérito do que participar numa entrevista com o investigador. Neste sentido, uma das principais vantagens que advém da interação entre entrevistado e entrevistador a que obriga esta técnica de observação é a possibilidade de captar a expressão corporal e o ênfase em determinadas respostas ou aspetos e termos sobre o tema.

Contudo, existem também desvantagens muito relevantes desta técnica. À cabeça, tem-se os custos elevados, quer ao nível de tempo, quer ao nível financeiro da recolha dos dados. Para além desta, uma das desvantagens mais evidentes é a polarização do entrevistador, isto é, a possibilidade de surgir uma concentração das respostas num determinado segmento da amostra em detrimento de outros. Uma vez que a entrevista encerra uma componente mais pessoal e uma relação entrevistador/entrevistado, não é tão fácil garantir o anonimato do entrevistado, quando comparado com o inquérito por questionário. Para além disso, pode dar-se algum enviesamento das respostas em virtude desta dinâmica de entrevista estar sempre sujeita às características do entrevistador, bem como do entrevistado. Este facto levanta ainda outra possível desvantagem: o direcionamento de determinadas respostas, em função da forma como é construída a pergunta e do alinhamento ou a entoação com que é colocada.

Com vista a garantir a validade científica dos resultados, o processo de entrevista deve cumprir dois requisitos fundamentais. Em primeiro lugar, e tal como sugere o roteiro metodológico desta investigação, o entrevistador deve questionar-se sobre os seus conhecimentos científicos sobre o tema e capacidade para o aprofundar. Em segundo, deve conhecer e procurar corrigir as suas limitações para a implementação do instrumento. No que diz respeito às técnicas e procedimentos de implementação destaca-se a necessidade das perguntas serem padronizadas, com vista a garantir a possibilidade de cruzar a informação e analisar e retirar conclusões desse exercício. Para isso, impõe-se outro procedimento elementar - o registo criterioso da entrevista - através de anotações

ou até da gravação da mesma, sendo que esta última deverá ser sempre consentida expressamente pelo entrevistado (Gil, 1999).

3.4 – Entrevistas aos operadores de mergulho com tubarões nos Açores

Tal como referido anteriormente, a efetivação das entrevistas teve por base um público-alvo definido. Assim, optou-se por entrevistar os operadores que oferecem o produto de mergulho com tubarões na região.

Para isso, procedeu-se a um levantamento de todas as empresas com este perfil, através do *Guia de Atividades de Animação Turística* (Turismo os Açores, 2014) identificando-se uma população de 14 entidades, das quais 6 sediadas no grupo Oriental e 8 no grupo Central (Turismo dos Açores, 2014)

Numa primeira fase, concebeu-se um formulário em que a distribuição foi feita presencialmente junto dos operadores da ilha de São Miguel. Nesta fase de teste, alguns dos empresários teceram valiosas críticas e contribuíram com sugestões para a melhoria do guião da entrevista.

Após alguma reflexão sobre o *feedback* obtido, concluiu-se que o guião para além de não estar formulado da melhor forma, levantando algumas dúvidas em determinadas perguntas, também falhava ao garantir a resposta a certas questões operacionais do modelo de análise.

Esta reflexão permitiu reformular ainda alguns dos pressupostos da investigação, afinando a temática da mesma de um produto vago, como o é o turismo subaquático nos Açores, tema inicialmente em investigação, para um subproduto mais específico e menos estudado, como é o mergulho com tubarões na região, garantindo assim um contributo científico mais expressivo.

Procedeu-se então a uma nova revisão bibliográfica da especialidade, bem como à realização de um novo guião, com base em novos critérios e objetivos mais específicos, chegando então à sua forma final apresentada e fundamentada previamente.

Por se tratar de uma amostra forçosamente tão pequena, foi prometido anonimato aos entrevistados, o que se revelou nuclear para a elevada colaboração dos empresários.

Desta forma o guião das entrevistas caracteriza-se pelas seguintes perguntas chave:

- 1- *Como avalia o alojamento existente na ilha e a sua adequação ao turismo de mergulho com tubarões?*
- 2- *Os recursos naturais na região para a prática de mergulho com tubarões são viáveis?*
 - a. *Quais as principais mais-valias e constrangimentos da região?*
- 3- *Em termos operacionais, qual o nível de formação exigida aos monitores da expedição de mergulho com tubarões?*
 - a. *Existe mão de obra qualificada suficiente para desenvolver este produto na região sem comprometer as normas de segurança exigidas?*
 - b. *Como avalia o risco de acidente no mergulho com tubarões nos Açores?*
 - c. *Em caso de acidente, os mecanismos de resposta e equipas de socorro estão preparados e habilitados a dar a melhor resposta?*
 - d. *Qual a duração média da atividade de mergulho com tubarões?*
 - e. *Quantos passageiros consegue incluir em cada saída de mergulho?*
 - f. *Quantas saídas de mergulho tem capacidade de fazer diariamente?*
- 4- *Qual a probabilidade de sucesso de uma saída de mergulho?*
 - a. *Como reage a empresa no caso de a atividade não ser bem sucedida?*
- 5- *Quantas pessoas trabalham na empresa?*
 - a. *Qual a perspetiva de criação de novos postos de trabalho?*
 - b. *Como encara as recentes notícias da entrada de companhias low cost com ligações diretas a Ponta Delgada?*
- 6- *Ao nível da promoção do produto nos vários destinos, qual a sua avaliação do trabalho desenvolvido?*
- 7- *Os clientes da empresa são captados antes, ou depois de chegarem à ilha?*
 - a. *Alguma agência de viagem divulga o mergulho com tubarões?*
- 8- *Relativamente à sustentabilidade do produto, como avalia a fiscalização das zonas protegidas?*
 - a. *O que pode melhorar?*

3.4.1 – Validação das entrevistas

De acordo com Quivy & Campenhoudt (2008), existem três caminhos possíveis após a delimitação do campo de análise.

O primeiro, o investigador recolhe dados e incide a sua análise sobre a totalidade da população coberta por este campo de análise. Em alternativa, o investigador pode optar por limitar a análise a uma amostra representativa dessa população, isto é, a um conjunto de sujeitos (pessoas, documentos, etc) com características idênticas ou semelhantes à da população de onde é extraída e extrapolar as conclusões. Por último, pode estudar apenas algumas componentes muito específicas, ainda que não sejam integralmente representativas da população.

O guião da entrevista foi concebido com base nas questões operacionais estabelecidas, às quais não seria possível responder com recurso apenas a fontes secundárias, isto é, bibliografia e dados existentes.

A Tabela 4 é elucidativa do objetivo de cada pergunta.

Tabela 4- Relação Instrumento de observação / Objetivos operacionais

Pergunta do guião da entrevista	Questão operacional em foco
1; 2; 2a	Objetivo 1
3a; 3b; 3c	Objetivo 2
3d; 3e; 3f; 4; 4a	Objetivo 3
3e; 3f; 5; 5a; 5b	Objetivo 4
6; 7; 7a	Objetivo 5
5b	Objetivo 6
8; 8a	Objetivo 7
5; 5a; 5b;	Objetivo 8
Fontes secundárias	Objetivo 9
Fontes secundárias	Objetivo 10

Fonte: Elaboração própria

Assinala-se o forte contributo nas questões inseridas no guião da entrevista para dar resposta a oito objetivos específicos da investigação.

3.4.2 – Verificação da representatividade e realização das entrevistas

Tal como referido anteriormente, de acordo com Quivy & Campenhoudt (2008) o campo de análise de uma técnica de observação pode incidir sobre o total de uma população, ou por uma amostra representativa desta população.

Por se tratar de um universo, ou população, tão diminuto, a opção recaiu pela primeira alternativa, onde se procedeu à entrevista de todos os 14 operadores em atividade na região (população).

Infelizmente, pelo processo de entrevistas ter acontecido nos meses de inverno de 2014/2015, dois dos operadores não se encontravam na região, nem tão pouco com disponibilidade para participar no estudo. Consequentemente, o número de entrevistados totalizou 12 empresas, o que representa uma taxa de cobertura da população de aproximadamente 86%.

Por impossibilidade logística, não foi possível proceder à entrevista presencial a todos os entrevistados, uma vez que a sua maioria opera no grupo central, o que exigiria diversas viagens aéreas ou marítimas para o viabilizar. Optou-se, assim, por realizá-las por videoconferência.

Apenas as entrevistas aos operadores sediados na ilha de São Miguel foram feitas presencialmente.

3.4.3 – Tratamento, análise e interpretação

Numa fase de tratamento da informação resultante da aplicação das entrevistas, é inevitável aplicar a técnica formalizada por Bardin (1977) e denominada por Análise de Conteúdo, ou não fosse esta a forma mais adequada de tratamento de informação qualitativa, especialmente num cenário de observação direta, através de um instrumento de entrevista (Silva & Fossá, 2013). Esta técnica é caracterizada por três grandes etapas.

Segundo os autores, a “Descrição”, a primeira das três, distingue-se pela enumeração das principais características do texto produzido pelo entrevistado, isto é, a resposta. Neste exercício inclui-se não só a transcrição da resposta, mas também as notas e pormenores contextuais recolhidos pelo entrevistador, como aspetos subjetivos que vão desde a ênfase

dado pelo entrevistado a determinados aspetos ao longo da resposta, até gestos, silêncios ou hesitações que se podem vir a considerar pertinentes numa fase posterior.

De seguida, entra-se numa fase de “Inferência”, na qual se retiram deduções lógicas da descrição dos resultados obtidos, interligando ambos os *inputs* com proposições e informações obtidas através de dados de fontes secundárias.

Por último, a etapa da “Interpretação”, demarca-se pela capacidade do analista, papel acumulado neste caso pelo entrevistador, de “ler nas entrelinhas” e retirar sentido de determinadas expressões utilizadas ou outras possíveis fontes de informação que não apenas o que é formalmente disponibilizado pelo entrevistado na sua resposta. No fundo, significa ir além de uma leitura superficial e linear do conteúdo recolhido, o que só é possível após cruzar os vários planos da entrevista.

Uma das principais vantagens da análise de conteúdo prende-se com a capacidade desta técnica atenuar as diferenças entre os vários entrevistados, quer ao nível de discurso, da formação, da familiarização com o tema, entre outros, possibilitando retirar o máximo de valor de cada testemunho, uma vez que as etapas referidas oferecem uma gradual estruturação do conteúdo, “simplificando-o e enriquecendo-o” em simultâneo (Michelat, 1980 apud Rover, 2012).

Para isso, é essencial respeitar o carácter sequencial da técnica, isto é, nunca deverá o investigador proceder a um exercício de inferência sem que a fase de descrição do conteúdo esteja totalmente concluída, sob o risco de enviesar os resultados, comprometendo a autenticidade e, consequentemente, utilidade da investigação (Bardin, 1977, apud Rover, 2012).

IV – Estudo empírico

4.1 – Fontes Secundárias

4.1.1 – Caracterização e importância económica do Turismo

Para fundamentar adequadamente o estudo, importa avaliar as mais-valias e valor criados por esta “indústria”. Neste sentido, é essencial analisar de que forma tem evoluído a nível mundial e a importância que assume na economia dos principais países emissores e receptores de turistas.

Em termos mundiais, segundo dados da OMT (2015), o número de chegadas de turistas internacionais cresceu 4,3%, em 2014, totalizando os 1 133 milhões. Neste período, foi o continente Americano aquele que registou um crescimento mais forte, com 8%, seguido da Ásia e Pacífico e, por último, o Médio Oriente, ambos com aumentos de 5%. Nas posições de fundo, estão a Europa e África, que registaram crescimentos de 3% e 2%, respetivamente. Porém, é de assinalar que, apesar de apresentar um dos crescimentos relativos mais fracos, o continente europeu manteve-se no topo da quota de mercado das chegadas internacionais, absorvendo 51,4% das mesmas, o que corresponde a aproximadamente 581,8 milhões de chegadas internacionais, seguindo-se a região da Ásia e Pacífico com 23,2%.

Ainda no âmbito das chegadas internacionais, com base em informação da mesma fonte, importa analisar os meios de transporte mais utilizados e os que ganharam ou perderam mais expressão. Desta forma, em 2014, a maioria dos turistas internacionais realizou as suas viagens por meio aéreo (54%). Os meios terrestres e marítimos foram os escolhidos por 46% os turistas internacionais. Esta tendência tem-se mantido nos últimos anos, assinalando um consistente crescimento do meio aéreo face às restantes alternativas, sobretudo devido à rapidez com que permite realizar o transporte, bem como ao aparecimento de modelos de transporte *Low Cost* que alargaram o alcance desta modalidade de transporte (OMT, 2015).

Outra variável de essencial apreciação na avaliação global da atividade turística é a sua capacidade de gerar receita. Desta forma, segundo dados da OMT (2015) a receita global do turismo apresentou, em 2014, um crescimento de 3,7%, atingindo um total de US\$ 1245 mil milhões. Este valor corresponde a um consumo por chegada internacional de US\$ 1 100. Assim, o impacto económico da atividade turística mundial colocava-a no 4º lugar ao nível das indústrias exportadoras. Neste particular, era superada apenas pela

indústria petrolífera, química e alimentar, posicionando-se acima da indústria de produção automóvel, sendo a principal atividade de muitos países com economias emergentes (OMT, 2015).

De forma a obter uma perceção mais aprofundada da realidade e dinâmica da atividade turística, e com base na mesma fonte, procede-se à análise de ambas as grandezas: chegadas internacionais e receita gerada.

Neste contexto, verifica-se que sete dos países que figuram na lista designada por TOP 10 dizem respeito aos mesmos destinos em ambos os *rankings*, apesar de apresentarem diferenças gritantes em termos dos tipos de turistas que recebem, duração média da estada, bem como dos gastos que efetuam por estada ou por noite. Sintomático deste facto é os primeiros 4 classificados em ambos os *rankings* serem os mesmos, ainda que em ordens distintas. Por exemplo, ao nível do volume de chegadas tem-se à cabeça a França, seguida dos Estados Unidos da América, Espanha e China. Por seu lado, ao nível da receita gerada pelos mesmos turistas internacionais, surge em primeiro os Estados Unidos da América, seguido da Espanha (1º classificado europeu), China, e só depois a França.

Como tal, merece especial destaque a China. Este destino solidificou o seu 4º lugar ao nível do volume de chegadas, mas foi capaz de atingir o 3º lugar no que à criação de receita diz respeito, subindo duas posições relativamente ao anterior período. Um sintoma do crescimento deste destino e da região Ásia e Pacífico em geral.

Invertendo a análise, é pertinente conhecer qual a origem dos turistas internacionais. Assim, surge como principal emissor o continente europeu (50,8%), seguido da Ásia e Pacífico (23,7%), Américas (16,7%) e Médio Oriente (3,3%). Nesta análise é gritante ainda o abrandamento do crescimento do Médio Oriente que, em 2013 apresentou um crescimento da emissão de turistas na ordem dos 11%, e que, neste período, se fixou nos 5,2%, que é, ainda assim, o 3º mais elevado, apenas superado pelas Américas (7,2%) e Ásia e Pacífico (5,7%) (OMT, 2015).

Porém, a análise não fica concluída sem relacionar o crescimento e distribuição geográfica da origem e emissão de turistas internacionais, com as receitas que geram os turistas das diferentes origens nos diferentes destinos. Desta forma, tal como se tem vindo a verificar desde 2012, o país que mais gasta e mais receita gera nos países de destino é a China. Em 2014, este emissor apresentou o valor recordista de US\$ 165 mil milhões gastos pelos seus residentes em destinos internacionais. Um aumento de 27%

relativamente a 2013, o que corresponde a US\$ 36 mil milhões, em termos absolutos (OMT, 2015). Seguem-se os Estados Unidos da América, com gastos na ordem dos US\$ 110 mil milhões, e um crescimento de 6,4%. Para fechar o Top 3, surge o primeiro país europeu. Trata-se da Alemanha que totaliza US\$ 92 mil milhões e um crescimento inferior a 1 ponto percentual (0,9%) (OMT,2015).

Desde 2010 que se perspetiva um crescimento sustentado e rápido desta atividade a nível mundial. Estas previsões provaram-se corretas na sua grande maioria, sendo que, para o horizonte de 2020, prevê-se atingir a marca dos 1,4 mil milhões de chegadas internacionais, merecendo especial destaque o crescimento esperado para a região da Ásia e Pacífico. Prevê-se um crescimento efetivo a nível mundial, contudo é especialmente notório a perspetiva de crescimento e conquista de quota de mercado daquela região.

Concluída esta familiarização com a realidade da atividade turística a nível mundial, é possível verificar que o turismo é uma das principais fontes de riqueza e um dos principais dinamizadores económicos mundiais. A título de exemplo, 9% do PIB mundial é imputado ao turismo, 1 em cada 11 postos de trabalhos são criados pela atividade turística, 6% da exportações mundiais têm origem na atividade turística e, desde 1950, o turismo cresceu de 25 milhões de chegadas para 1 133 milhões de chegadas, em 2014 (OMT, 2015).

Em Portugal, o turismo é encarado como um dos setores económicos mais dinâmicos, representando um valioso contributo para o ajustamento externo que o país se vê obrigado a fazer. Prova disso, é a contribuição do setor para o PIB nacional, que, em 2014, atingiu a marca dos 6%, sendo responsável por uma significativa contribuição para o equilíbrio da balança comercial (ME, 2015). Note-se que em 2014 o carácter exportador do turismo traduziu-se num peso relativo de 14,8% do total das receitas provenientes da exportação de bens e serviços, sendo que, no que aos serviços diz respeito isoladamente, as receitas turísticas representam uns expressivos 45,6% do total das receitas.

Reforçando a importância do setor, ao nível social, afirma-se como altamente dinamizador, comprovado por números relacionados com a criação de postos de trabalho, que, de acordo com as estimativas da OMT, é imputado à atividade turística mais de 15% do total do emprego (ME, 2015). Neste grupo consideram-se postos de trabalho como trabalhadores de agências de viagem, guias intérpretes, taxistas, serviços de transporte

coletivo, fornecedores de alimentação e bebidas, funcionários de lavandarias, trabalhadores de têxteis, jardineiros, lojistas, ou funcionários dos aeroportos (ME, 2015).

Segundo dados do Ministério da Economia (2015), em 2014, o país contou com cerca de 8 318 200 hóspedes estrangeiros, 8,2% superior ao ano anterior, sendo que os países emissores de maior relevo para a realidade portuguesa foram o Reino Unido e Espanha, responsáveis pela emissão de, aproximadamente, 1 388 600 e 1 259 400, respetivamente (INE, 2015). No mesmo âmbito, mas em termos internos, Portugal registou aproximadamente 6 107 700 de hóspedes residentes. Desta forma, no ano de 2013, este destino totalizou 14 425 900 hóspedes, o que representa um crescimento de 4,2% face ao período de 2012 (INE, 2015).

Portugal apresenta-se como um destino com provas dadas ao nível da capacidade de captação de turistas estrangeiros, mas conta ainda com uma sólida procura interna. Um dos indicadores que melhor ilustra o potencial turístico do destino Portugal é a taxa de crescimento do número de chegadas aos estabelecimentos hoteleiros e similares de turistas internacionais, que se fixou nos 8,2%, francamente superior à média mundial, que, como referido anteriormente, se apresentou nos 3% (INE, 2015). Importa ainda constatar a variação sentida nos principais países emissores, sendo que, no caso do Reino Unido e Espanha, chegaram mesmo a ser negativas, em contraste com um aumento de 0,4% no caso Alemão. O aumento de 0,9% na rubrica “outros destinos” é também um aspeto que merece ser mencionado, pois evidencia uma aposta em novos mercados que começa a fazer-se sentir no espetro da procura internacional.

Desta forma, tal como sugere o MEE (2015), consolida-se a necessidade de explorar meios de aumentar a atratividade do destino no estrangeiro, sem nunca descuidar a importância da componente de procura interna, responsável por 42,3% das dormidas de turistas no país. Porém, é necessário manter uma aposta na diversificação quer dos potenciais mercados emissores, quer da oferta, ao nível dos produtos oferecidos, bem como da qualidade e diversidade do alojamento e animação turística.

Esta necessidade está há muito identificada e estava contemplada no Plano Estratégico Nacional do Turismo - Horizonte 2006/2015 (MEI, 2007), bem como na sua revisão com horizonte 2013/2015 (MEE, 2013), que visa servir de base à concretização de ações definidas para o crescimento sustentado do turismo nacional, com uma visão estratégica até 2015, sendo que a sua implementação assenta sobre cinco eixos: (1) território, destinos

e produtos; (2) marcas e mercados; (3) qualificação de recursos; (4) distribuição e comercialização e (5) inovação e conhecimento (MEI, 2007), não havendo qualquer alteração neste particular aquando da sua revisão (MEE, 2013). Focando, para o caso, o primeiro eixo (território, destinos e produtos), verifica-se que no PENT consideram-se 10 produtos turísticos estratégicos: (1) Sol e mar; (2) turismo de natureza; (3) turismo náutico; (4) *resorts* integrados e turismo residencial; (5) turismo de negócios; (6) golfe; (7) gastronomia e vinhos; (8) saúde e bem-estar; (9) *touring* cultural e paisagístico; (10) *city breaks* (MEE, 2013). No caso português, a aposta tem sido predominantemente no produto Sol e Mar, desde a década de 60. Contudo, esta aposta já não se adequa totalmente à realidade atual, pelo que, como referido anteriormente, passa por diversificar e dinamizar a oferta turística, procurando otimizar o aproveitamento do território e dos recursos disponíveis e atenuar a sazonalidade (Daniel, 2010).

A Região Autónoma dos Açores é um exemplo dos benefícios que esta aposta na diversificação pode trazer. Se por um lado, em 2012-2013, a procura pelo destino Açores por parte dos portugueses sofreu uma quebra significativa, de 9,4%, por outro lado, a procura externa registou um crescimento de 16,4% do número de hóspedes estrangeiros. Como o número de turistas residentes em Portugal a visitar os Açores era superior ao número de turistas residentes no estrangeiro, a combinação destas duas variações resultou num crescimento total de 2,2%. (MEE, 2015³).

O facto de esta região ter sido capaz de crescer num contexto tão adverso prova que existe valor turístico no qual deve recair uma forte aposta, conferindo lógica a este estudo e à necessidade de diferenciar a oferta turística da mesma.

Após a revisão do PENT de 2007, feita em 2013, identificou-se uma tendência de crescimento mundial no número de viagens de turismo de natureza a nível mundial de 2010 para 2011 de cerca de 200 000. À data, previa-se que, em 2015, se superasse a marca de 20 milhões de viagens, até aos 20,4 milhões, atingindo a marca dos 26 milhões, em 2020 (MEE, 2013).

Igualmente importante é a diversificação da procura, isto é, a captação de turistas de novos mercados, que procurem novas experiências, as quais possam ser satisfeitas na região, com vista a, acima de tudo, superar as expectativas dos mesmos, pela promoção

³ Turismo em Números – Disponível em <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Alojamento/Turismo%20em%20N%C3%BAmeros-2014.pdf>

de um continuado e sustentado crescimento turístico para os anos vindouros, salvaguardando o ambiente e apostando-se na formação profissional (Soifer, 2008). Nesta realidade, insere-se o produto de turismo de mergulho com tubarões como um potencial catalisador desta diversificação.

4.1.2 – O Turismo nos Açores

4.1.2.1 – Caracterização geográfica e justificação do território

A Região Autónoma dos Açores consiste num arquipélago composto por nove ilhas divididas por 3 grupos: o grupo Oriental (São Miguel e Santa Maria), o Central (Terceira, Faial, Pico, São Jorge e Graciosa) e o Ocidental (Flores e Corvo).

Não é conhecida a data exata da descoberta do arquipélago. Todavia, existem indícios históricos que datam a descoberta de Santa Maria e São Miguel, em 1427, por Diogo de Silves. Porém, o desembarque em terras açorianas só acontece alguns anos mais tarde, a 15 de agosto de 1432, quando Gonçalo Velho Cabral, acompanhado de uma dúzia de tripulantes, desembarcou na ilha a que viriam a dar o nome de Santa Maria, em virtude de a data dizer respeito ao dia da Assunção de Maria. O povoamento da ilha de São Miguel dá-se alguns anos mais tarde. Em 1444, os primeiros povoadores da ilha, oriundos de Portugal continental, em específico das regiões de Estremadura, Alto Alentejo e Algarve e alguns de nacionalidade estrangeira, nomeadamente francesa (DestinAzores, 2014).

Localizada no meio do atlântico, na denominada Crista Média Atlântica, com as coordenadas geográficas 36°-43° de latitude Norte e 25°-31° de longitude Oeste, esta região integra o ponto mais ocidental da Europa e encontra-se, sensivelmente, a 1 430 km do continente europeu. Do ponto de vista biogeográfico, os Açores pertencem à região da Macaronésia (designação de origem grega *Makarón neseu* que significa “ilhas afortunadas”), da qual também fazem parte os arquipélagos da Madeira, Canárias e Cabo Verde, num total de 28 ilhas.

Atualmente com 246 772 habitantes, distribuídos de uma forma desigual pelas nove ilhas, a RAA conta com 2 334 km² de área terrestre, sendo que mais de 70% desta área corresponde às ilhas de São Miguel, Pico e Terceira. (INE, 2012).

Tabela 5- Caracterização Demográfica e Geográfica RAA (INE 2012)

		Superfície		População Residente	
		km2	%	Habitantes	%
Açores		2334	100	246772	100
Grupo Oriental	Santa Maria	96,9	4,15%	5578	2,26%
	São Miguel	744,6	31,90%	131609	53,33%
	Terceira	400,3	17,15%	55833	22,63%
Grupo Central	Faial	173,1	7,42%	15063	6,10%
	São Jorge	243,1	10,42%	9674	3,92%
	Pico	444,8	19,06%	14806	6,00%
Grupo Ocidental	Graciosa	60,7	2,60%	4780	1,94%
	Flores	141	6,04%	3995	1,62%
	Corvo	17,1	0,73%	425	0,17%

Fonte: Elaboração própria

Ao nível político administrativo, “O arquipélago dos Açores constitui uma Região Autónoma da República Portuguesa, criada pela Lei n.º 39/80, de 22 de agosto. O estatuto político-administrativo foi consagrado na Constituição da República de 1976 (artigo 229º). Trata-se de uma entidade jurídica de direito público dotada de poderes legislativos e executivos. Constituem órgãos de governo próprio a Assembleia Legislativa Regional, sediada na cidade da Horta, e o Governo Regional, com departamentos nas cidades de Ponta Delgada, Angra do Heroísmo e Horta. A Assembleia Legislativa Regional e as estruturas governamentais, possuem delegações em várias ilhas. Em relação à administração local, existem 19 concelhos e 150 freguesias.” (Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, 2003)

Relativamente ao clima, destaca-se a influência da circulação atmosférica e oceânica do Atlântico Norte. Ao nível atmosférico, a RAA situa-se numa zona de transição entre as massas de ar quente e húmidas de origem subtropical e as de origem subpolar com características mais frescas e húmida. Em termos oceânicos, o caso açoriano é exclusivo na região da Macaronésia. Isto porque a sua posição geográfica impede a influência direta das correntes tropicais e polares, sendo caracterizado por temperaturas mais amenas, e maior pluviosidade. Em maior detalhe resume-se o clima açoriano a: (SRAM, 2003)

- Temperatura: A amplitude térmica anual é baixa nos Açores, sendo que nos meses de inverno registam-se temperaturas médias na ordem dos 13,7°C,

em fevereiro. No verão, verificam-se temperaturas médias de 22,1°C no mês de agosto. Assim, confirma-se uma amplitude térmica inferior a 10°C.

- Precipitação: Os valores da precipitação nos Açores apresentam uma tendência crescente do grupo oriental para ocidente, ou seja, o grupo oriental (São Miguel e Santa Maria) regista a quantidade de precipitação anual mais baixa, sendo que o grupo ocidental (Flores e Corvo) é o que maior precipitação regista anualmente. O semestre mais chuvoso compreende-se entre os meses de outubro e março, correspondendo a 75% do total do quantitativo anual.
- Humidade: A humidade relativa do ar é uma constante na RAA, atingindo médias anuais na ordem dos 80% em Ponta Delgada. Nos meses de verão, fixam-se no intervalo de 70-75%, enquanto nos meses de inverno nunca estão abaixo dos 80%
- Vento: Os ventos predominantes nos grupos Ocidentais e Central são os dos quadrantes Sul e Sudoeste, verificando-se, no grupo Oriental, uma predominância dos ventos de Norte e Nordeste, com uma velocidade média variável entre os 11 km/hora e os 23,4 km/hora.

4.1.2.2 – A Oferta turística

“A atividade turística na RAA tem vindo a ganhar cada vez mais importância não só na economia regional, mas também no panorama nacional, sobretudo pela oferta de um produto turístico de valor ímpar” (Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores, 2016).

Tendo por base esta premissa, impõe-se conhecer a realidade da oferta turística na região, com especial foco nas ilhas onde é possível ter acesso a atividades de mergulho com tubarões (Governo dos Açores, 2016)

De um ponto de vista genérico, entre 2000 e 2015, o número de hóspedes cresceu, ainda que com algumas oscilações, de 356 mil para 428 mil. A mesma tendência se verificou no número de dormidas em igual período, superando em 2015 a marca dos 1,2 milhões, mais 200 mil do que no período anterior, sendo de destacar que o volume de dormidas de

turistas internacionais supera a componente nacional, com uma representação absoluta de 733 mil dormidas efetuadas por estrangeiros (Governo dos Açores, 2016).

A duração média das estadas dos turistas na sua globalidade na região fixou-se em 3 noites, um valor abaixo do que já se verificou ao longo deste período de 15 anos. Importa destacar que esta média é inflacionada pela estada média dos turistas estrangeiros, que permanecem no destino por um período tendencialmente mais alargado do que os nacionais (Governo dos Açores, 2016).

Tratando-se de um destino insular que, apesar de não ser uma realidade singular em Portugal, é o mais complexo, ou não se tratassem de nove ilhas, é notória a distribuição das dormidas por um grupo restrito delas. Concretamente, 90,7% das dormidas no arquipélago foram realizadas em apenas 3, nomeadamente São Miguel, Terceira e Faial, sendo que 71,3% tiveram lugar apenas na ilha de São Miguel (Governo dos Açores, 2016).

Relativamente ao alojamento, as taxas de ocupação fixam-se abaixo da média nacional. Em 2008, esta taxa sofreu uma quebra muito significativa, explicada pela forte dependência do mercado continental enquanto destino emissor, que, afetado pela grave crise que se viria a fazer sentir nos anos seguintes, resultou numa quebra expressiva do número de visitantes. Esta quebra foi recuperada a partir de 2013, sendo que até 2015 os valores da taxa de ocupação têm acompanhado a tendência nacional, atingindo, em 2015, os 40,1% (Governo dos Açores, 2016).

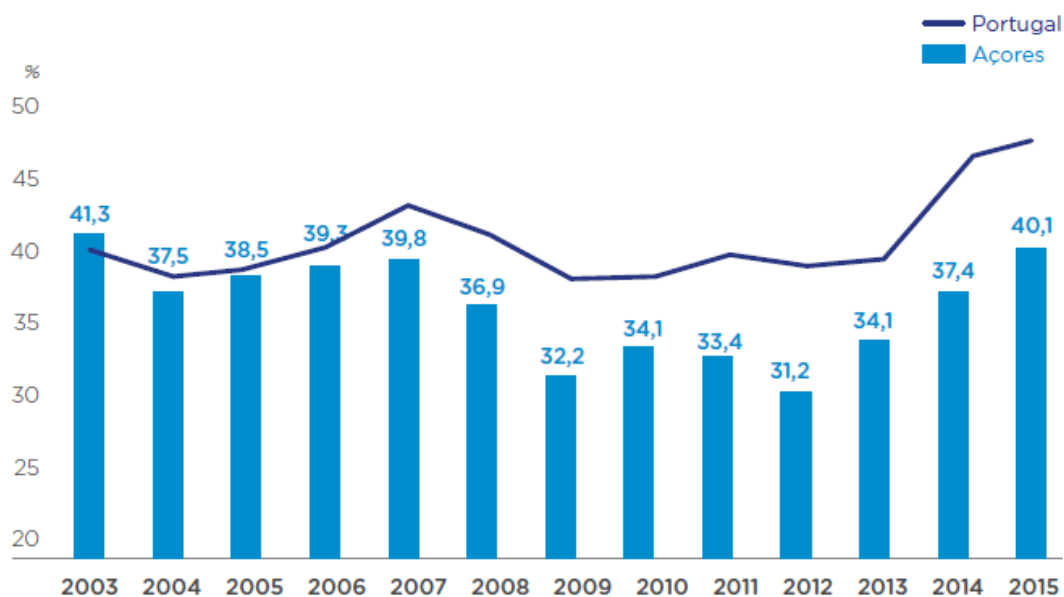


Figura 6 - Taxa de Ocupação Açores

Fonte: Governo dos Açores, 2016

No que à receita diz respeito, o alojamento açoriano representou um *cashflow* anual superior a 40 milhões de euros, em 2015. Este período mais recente afirma-se como o pique histórico neste contexto e destaca-se de um período algo conturbado com um declínio significativo, desde 2009, seguido de uma pequena recuperação até 2014 e um *boom*, no ano de 2015, proporcionado em grande parte pela entrada das companhias *Low Cost* no panorama do transporte aéreo açoriano (Governo dos Açores, 2016).

Esta recuperação e dinamização do transporte aéreo nos Açores rapidamente se traduziu em investimento, tal como é possível constatar no aumento de 400 camas, verificado em 2015 relativamente a 2014, aproximando o total de camas disponíveis no arquipélago para as 9 000. Este é um dos indicadores de que, no último ano se apresentou acima da média nacional, com 29% face a 23% nacionais (Governo dos Açores, 2016).

De acordo com o Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo dos Açores (2016), o fluxo de passageiros que desembarcaram nos Açores por via aérea cresceu na sua globalidade. A rubrica que apresenta um crescimento mais significativo desde 2003 é claramente a dos passageiros internacionais, com um aumento de 57%. Por seu lado, as ligações nacionais de e para fora dos Açores também cresceu na ordem dos 49,3%, acompanhada de um menos expressivo crescimento do tráfego inter-ilhas, isto é, dentro

da região, que cresceu 34,3%. Estes valores são sintomáticos da influência da entrada das companhias *Low Cost* no destino, uma vez que estas têm impacto nas duas rubricas com maior crescimento. Importa salientar que em termos absolutos, é o transporte inter-ilhas o que mais pessoas movimenta nos Açores, seguindo-se o denominado territorial e, por último, o internacional, tal como se pode constatar na figura abaixo:

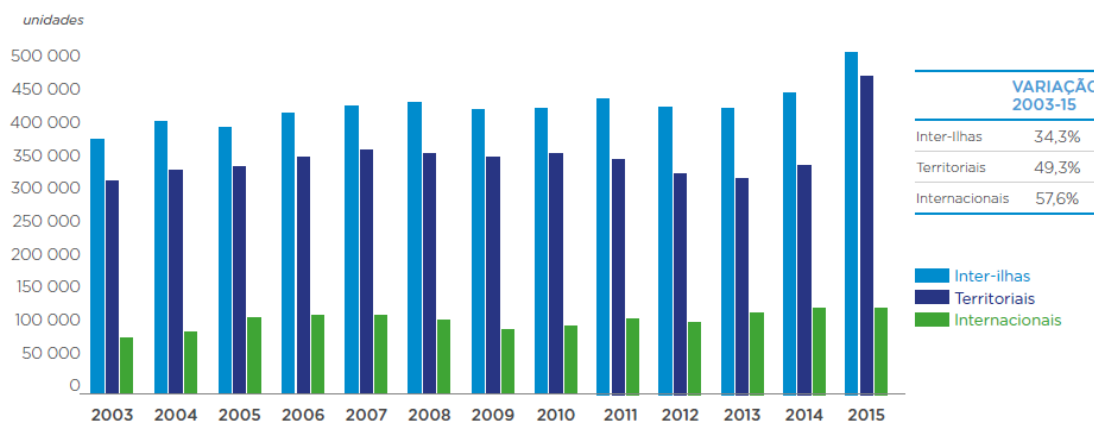


Figura 7 - Variação nº passageiros aéreos 2003-2015

Fonte: Governo dos Açores, 2016

Ao nível do transporte inter-ilhas, as ilhas que apresentam maior relevância são São Miguel e Terceira, concentrando em si mais de 61% dos fluxos.

Relativamente aos voos territoriais, a esmagadora maioria, 70,1%, é absorvida pela ilha de São Miguel, sendo que apenas 19% e 8% dizem respeito aos aeroportos da Terceira e Faial, respetivamente (Governo dos Açores, 2016).

Esta tendência torna-se ainda mais evidente no caso dos voos internacionais. Os fluxos concentram-se quase em absoluto no aeroporto da ilha de São Miguel (89,3%), sendo o restante distribuído pelas ilhas Terceira e Santa Maria, as únicas com ligações diretas ao estrangeiro (Governo dos Açores, 2016).

Por último, relativamente aos visitantes que chegam por via marítima, estes apresentam um crescimento de cerca de 12% desde 2003 até 2015. Um crescimento positivo, que representou um aumento de 458 mil para 513 mil do número total de visitantes via marítima. Apesar disso, este crescimento foi muito irregular, apresentando quebras vertiginosas durante períodos como 2006 e 2012, sendo que, desde então, tem vindo a crescer de forma sustentada (Governo dos Açores, 2016).

Contrariamente ao que sucede no caso do transporte aéreo, a via marítima tem muito mais expressão nas ilhas do triângulo, isto é, Faial, Pico e São Jorge, concentrando em si cerca de 90% dos passageiros desembarcados nos Açores em 2015 (Governo dos Açores, 2016).

Ao nível da restauração, a região acompanhou a tendência nacional com uma quebra significativa no período entre 2008 e 2013, totalizando nos Açores o encerramento de 163 estabelecimentos e englobando, atualmente, cerca de 1300 prestadores destes serviços. Esta tendência é transversal à mão de obra empregue neste subsetor, que passou de um total de 3802 para 3106 profissionais, em igual período (Governo dos Açores, 2016).

No que diz respeito às infraestruturas turísticas, a região conta com 288 monumentos, 6 conjuntos (*Resorts* e similares), 2 monumentos nacionais, 140 imóveis de interesse público e 152 imóveis de interesse municipal. Relativamente a atividades culturais e criativas, São Miguel e Terceira são as ilhas que apresentam os maiores níveis de investimento, com 76,4% do total do arquipélago (Governo dos Açores, 2016).

No que diz respeito às Agências de viagem e operadores turísticos, nota-se uma grande quebra seguida de uma recuperação total entre 2008 e 2013, sendo que no mercado operam 121 empresas, com 306 postos de trabalho ocupados. Esta tendência acompanha a evolução em termos nacionais, representando um crescimento mais acentuado ao nível da criação de emprego (Governo dos Açores, 2016).

Por último, ao nível do transporte terrestre em cada uma das ilhas, verificou-se um grande crescimento, a partir de 2012. Porém, os anos de 2014 e 2015 apresentaram um decréscimo no total de quilómetros, quer nas carreiras interurbanas, quer nas carreiras urbanas. A ilha com o sistema de transporte terrestre mais representativo é a Terceira, que concentra 85,5% do volume de passageiros transportados por quilómetro nas carreiras urbanas, seguida de São Miguel, com uns modestos 12,7% (Governo dos Açores, 2016).

Por seu lado, no que diz respeito às carreiras interurbanas, é São Miguel que apresenta o maior volume de passageiros por quilómetro, com 79,8%. Esta estatística é facilmente explicada, em virtude de se tratar da ilha de maior dimensão (Governo dos Açores, 2016).

No que diz respeito ao caso específico do mergulho com tubarões, o arquipélago conta com condições ímpares para a sua prática, sendo mesmo considerado um santuário para uma grande quantidade e variedade de espécies. Os locais considerados como os mais

indicados para a realização deste tipo de mergulho, por concentrarem uma maior quantidade de exemplares, são os montes submarinos Banco Dom João de Castro, Banco Dollabarat, Princesa Alice e, por último, o ilhéu das formigas, todos localizados nos grupos Central e Oriental (Associação Regional de Turismo, 2013).

Quanto aos operadores marítimo-turísticos que oferecem esta experiência totalizavam, na época de 2014-2015, 14 empresas, dispersas entre as ilhas de São Miguel, Santa Maria, Pico e Faial (Guia de Atividades de Animação Turística, 2014). Em 2015-2016 o número de operadores nas mesmas ilhas subiu para 16 (Guia de Atividades de Animação Turística, 2015).

4.1.2.3 – A Procura turística

No que diz respeito à procura e ao perfil do consumidor no arquipélago, percebe-se que as principais motivações de viagem prendem-se com os recursos naturais e paisagísticos, o descanso e relaxamento, o clima, a cultura e património, o que confere uma grande capacidade de atração de indivíduos com diferentes motivações e preferências (Governo dos Açores, 2016).

Concretamente, ao nível sociodemográfico, os visitantes dos Açores apresentam idades compreendidas entre os 26 e os 60 anos, com especial incidência nas classes etárias entre os 41 e 50 anos, bem como 31 e 40 anos. A procura pelo destino pauta-se por visitantes maioritariamente casados, em situação profissional ativa, com rendimentos mensais entre os €1001 e €5000 (agregado familiar) e habilitações académicas superiores, inclusive mestrados e doutorados. Esta procura tem especial incidência durante os períodos de época baixa (inverno) (Governo dos Açores, 2016).

Tanto no período de verão, como de inverno, o setor de lazer é o predominante na região, seguida das visitas a familiares e amigos e, por último, as viagens de negócios. No contexto das viagens em lazer, os visitantes são motivados essencialmente pela natureza das ilhas (Governo dos Açores, 2016).

O processo de escolha e seleção pelos visitantes ocorre essencialmente na recolha de informação *online*, sendo que as recomendações de amigos e familiares, bem como os

guias e roteiros turísticos, assumem uma forte representatividade e impacto neste processo (Governo dos Açores, 2016).

Ao nível dos meios de alojamento preferenciais, o hotel de 4 estrelas surge como o preferido. Seguido dos hotéis de categorias inferiores e, só depois, as soluções de casas de familiares e amigos, bem como o alojamento local. No que diz respeito à hotelaria tradicional, o regime preferido pelos visitantes dos Açores é o APA (Alojamento e Pequeno-almoço) (Governo dos Açores, 2016).

A grande maioria dos visitantes da região aluga carro e recorre aos serviços de táxi durante a visita às ilhas. As atividades preferidas são as experiências gastronómicas, o artesanato, a visita a monumentos e a observação de cetáceos. Ao nível da prática desportiva, identificam-se o mergulho, o BTT, o surf, o bodyboard, o canyoning ou o kayaking, ainda que sem grande expressão face ao potencial percebido para a prática destas modalidades nas várias ilhas do arquipélago (Governo dos Açores, 2016).

A aquisição da viagem para os Açores é, em 32,6% dos casos, feita através de um pacote turístico, onde se inclui, num primeiro plano, o transporte aéreo e alojamento e, em alguns dos casos, transferes, alimentação, aluguer de carro e atividades de animação. Tendencialmente estes pacotes são adquiridos com uma antecedência de 4 semanas e são fornecidos tanto por agências de viagem ou operadores turísticos, como também por OTAs (Online Travel Agency) (Governo dos Açores, 2016).

Em 2014, nos meses de época alta, o preço médio de um destes pacotes turísticos fixava-se nos €1100, baixando para €456 no período de época baixa. Importa destacar que 40,5% dos visitantes opta por adquirir as passagens aéreas em separado do alojamento, sendo que, no caso dos visitantes a familiares e amigos, não há recurso a soluções de alojamento (Governo dos Açores, 2016).

Segundo o Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (2016), os destinos concorrentes são, ao nível interno, as regiões da Madeira, Porto e Norte, Algarve, Centro, Alentejo, assim como Lisboa e Vale do Tejo. Por seu lado, ao nível dos destinos internacionais, identificam-se destinos como Cabo Verde, Itália, Nova Zelândia, França e Espanha.

Após a viagem, 93,5% dos visitantes apresenta intenção de recomendar o destino a familiares e amigos (Governo dos Açores, 2016).

Ao nível dos principais mercados emissores de turistas para os Açores, surgem uma série de mercados muito distintos ao nível das características dos seus habitantes, contexto socioeconómico e hábitos de consumo. Assim, destacam-se o mercado interno, e o de países como a Alemanha, Espanha, EUA, Canadá, Reino Unido, França, Itália, Holanda, Bélgica, Suíça, Áustria, Suécia, Dinamarca, Noruega e Finlândia. A importância relativa destes mercados emissores é facilmente identificável nas tabelas 6 e 7.

Tabela 6 - Concorrência relativa a destinos em Portugal

		AÇORES ⁵	MADEIRA	ALGARVE	ALENTEJO	LISBOA E VALE DO TEJO	CENTRO	PORTO E NORTE DE PORTUGAL
Produtos turísticos	Natureza	x	x	x	x		x	x
	Sol e mar		x	x	x	x	x	
	Saúde e bem-estar		x	x		x	x	x
	City-breaks					x		x
	Touring cultural/ circuitos	x	x	x	x	x	x	x
	Gastronomia e Vinhos		x	x	x	x	x	x
	Golfe		x	x		x		x
	Turismo náutico	x	x	x	x	x	x	
	Negócios			x		x		x
Mercados relevantes	Turismo residencial			x		x		
	Portugal	1º	4º	2º	1º	1º	1º	1º
	Alemanha	2º	1º	3º	4º	4º	4º	4º
	Espanha	3º	6º	5º	2º	2º	2º	2º
	Holanda	4º	5º	4º	6º	8º	8º	7º
	EUA	5º	13º	11º	7º	6º	7º	8º
	Suécia	6º	10º	8º	11º	10º	11º	13º
	Dinamarca	7º	9º	10º	12º	12º	14º	11º
	França	8º	3º	6º	3º	3º	3º	3º
	Reino Unido	9º	2º	1º	5º	5º	6º	5º
	Canadá	10º	14º	9º	10º	11º	10º	10º
	Bélgica	11º	8º	7º	8º	9º	9º	9º
	Itália	12º	12º	12º	9º	7º	5º	6º
	Finlândia	13º	7º	14º	14º	14º	13º	14º
	Suíça	14º	-	-	-	-	-	-
	Áustria	15º	11º	13º	13º	13º	12º	12º
	Noruega	16º	-	-	-	-	-	-

Fonte: Governo dos Açores, 2016

Tabela 7- Concorrência relativa a destinos estrangeiros

		AÇORES ⁶	ESPAÑHA	FRANÇA	ITÁLIA	CABO VERDE	NOVA ZELÂNDIA
Produtos turísticos	Natureza	x	x	x	x	x	x
	Sol e mar		x	x	x	x	x
	Saúde e bem-estar		x	x	x	-	x
	City-breaks		x	x	x	-	x
	Touring cultural/circuitos	x	x	x	x	x	x
	Gastronomia e Vinhos		x	x	x	x	x
	Golfe		x	x	x	-	x
	Turismo náutico	x	x	x	x	x	x
	Negócios		x	x	x	x	x
Mercados relevantes	Turismo residencial		-	-	-	-	-
	Portugal	1º	12º	12º	-	3º	-
	Alemanha	2º	3º	4º	2º	2º	3º
	Espanha	3º	1º	7º	10º	6º	-
	Holanda	4º	6º	9º	6º	-	7º
	EUA	5º	9º	3º	4º	8º	1º
	Suécia	6º	8º	11º	-	-	8º
	Dinamarca	7º	13º	14º	-	-	9º
	França	8º	4º	1º	3º	4º	5º
	Reino Unido	9º	2º	2º	5º	1º	2º
	Canadá	10º	-	10º	-	-	4º
	Bélgica	11º	7º	5º	9º	-	-
	Itália	12º	5º	6º	1º	5º	-
	Finlândia	13º	15º	16º	-	-	-
	Suíça	14º	10º	8º	7º	7º	6º
	Áustria	15º	14º	15º	8º	9º	-
	Noruega	16º	11º	13º	-	-	-

Fonte: Governo dos Açores, 2016

Os principais países emissores de turistas consumidores do produto de turismo de natureza a nível europeu são a Alemanha (49%), o Reino Unido (15%) e a Holanda (10%), sendo que em termos de turismo náutico, o top 3 repete países como a Alemanha (26%) e o Reino Unido (18%), apesar da intromissão da região da Escandinávia (18%), que deixa a Holanda (9%) para quarto lugar (MEE, 2013). Qualquer um destes países já está identificado no grupo dos principais mercados emissores de turistas para a região dos Açores.

Face à concorrência de destinos como Espanha, França e Reino Unido, o PENT (MEE, 2013) refere as condições da Região Autónoma dos Açores para a prática de mergulho como uma vantagem competitiva específica do destino Português.

4.1.3 – Turismo de mergulho com tubarões nos Açores

O arquipélago dos Açores, localizado no meio do Oceano Atlântico, e com uma vasta riqueza marinha, deve o seu potencial em grande parte à sua importância nos movimentos migratórios de inúmeras espécies marinhas. Entre elas, várias espécies de tubarões que anualmente visitam as águas da região. Segundo Nuno Sá, um praticante e importante colaborador na promoção do produto enquanto reconhecido fotógrafo subaquático, o arquipélago oferece condições ímpares para a prática deste tipo de mergulho e a sua procura é cada vez maior junto dos mergulhadores internacionais mais experientes. No Guia de Mergulho (ART, 2013), na edição do qual teve um papel fulcral, estão identificadas seis espécies de tubarões que podem ser avistadas nos mares açorianos. São eles o Tubarão Baleia (*Rhiodon Typus*), o Tubarão Martelo (*Sphyrna zygaena*), o Tubarão-dos-galápagos (*Carcharhinus galapagensis*), o Tubarão-de-pontas-brancas-oceânico (*Carcharhinus longimanus*), o Tubarão-mako / Rinquim (*Isurus oxyrinchus*) e o Tubarão Azul / Tintureira (*Prionace glauca*), sendo este um dos peixes mais velozes do mundo.

Toda esta variedade de espécies, aliada às condições para a prática de mergulho que a região oferece, resulta no “melhor lugar da Europa para mergulhar com tubarões azuis no seu *habitat* natural” (Bentz *et al.*, 2014)

O mergulho com tubarões é o mais recente produto do portfólio de atividades marítimo-turísticas na região. As primeiras experiências de mergulho com tubarões remontam a 2009/2010, ao largo da costa das ilhas do Pico e Faial, concretamente no monte submarino Condor.

A época de mergulho com tubarões no arquipélago estende-se desde junho até outubro, focando-se principalmente nos Tubarões Azuis, ou Tintureiras, (*Prionace glauca*) e o Rinquim (*Isurus oxyrinchus*) (Ressurreição & Giacomello, 2013).

Os locais onde se observam estas espécies de tubarões mais frequentemente são: o monte submarino Banco 70 e o arquipélago das Formigas, ambos a 24 milhas náuticas a nordeste da ilha de Santa Maria; Os montes submarinos Condor, situado a 20 milhas náuticas a sudoeste da ilha do Faial, e o Banco Açores, localizado a 22 milhas náuticas a sudoeste da ilha do Pico (Bentz *et al.*, 2014).

Quanto à gestão do produto, colocam-se várias questões que importam ser compreendidas. Em primeiro lugar, existe um conflito entre o mergulho com tubarões e a pesca. O tubarão azul, ou tintureira, é uma espécie pescada nos Açores, devido, essencialmente, ao valor das suas barbatanas, apesar do valor comercial da carne de tubarão apresentar um crescimento nos anos recentes. Em Portugal, o valor total das pescas anuais tem vindo a diminuir, contudo, a pesca de tubarão tem aumentado, devido ao seu valor comercial atual, que, de 2010 a 2012, sofreu um aumento de 242% por quilo. Estes tubarões que outrora eram devolvidos ao oceano ainda vivos, são agora retidos para serem posteriormente comercializados. Nos Açores, em 2012, a pesca do tubarão representou receitas de € 184 149 (Lotaçor, 2013 apud Bentz et al., 2014).

Esta situação representa uma ameaça e um assunto sensível e complexo de lidar, por parte da administração local, por se tratar, por um lado, de uma das atividades turísticas mais promissoras na região, o mergulho com tubarões, e, por outro, de uma das atividades económicas mais relevantes e que mais mão de obra absorve na região, a pesca. (Bentz *et al.*, 2014).

Ainda no âmbito da gestão do produto, só em 2012, foi elaborado um documento que procura regulamentar o mergulho com tubarões nos Açores (Anexo II). Porém, trata-se de um código de conduta voluntário para o mergulho com tubarões e jamantas. Este código foi desenvolvido em parceria com duas secretarias do Governo Regional (Secretaria do Turismo e Transportes e Secretaria do Ambiente e do Mar), quatro operadores turísticos e a Universidade dos Açores. Dividido em cinco diretrizes, o código visa regulamentar o comportamento dos intervenientes ao nível da preparação da atividade, da segurança dos humanos, do bem-estar animal, da atitude recomendada aos mergulhadores, e de outros assuntos. Um dos vetores mais importantes deste código assenta no compromisso dos operadores em realizarem um relatório anual do número de mergulhos, clientes, animais observados, pontos fracos da atividade e sugestões de melhoria (Bentz *et al.*, 2014).

4.1.4 – Produtos turísticos concorrentes

A oferta turística nos Açores difere de ilha para ilha. A importância relativa de um produto como o turismo náutico é, de momento, mais relevante em ilhas como Faial, Pico e Santa Maria, do que o é na ilha de São Miguel (Governo dos Açores, 2016).

Contudo, o peso de atividades como a observação de cetáceos, obriga a identificá-la como o grande concorrente do mergulho, em geral, e do mergulho com tubarões em particular. Não obstante, o grande desafio do setor e obstáculo comum ao crescimento de ambos os produtos de *Whale Watching* e do mergulho com tubarões é a pesca. Por ser uma atividade consumidora de recursos que estão na génese concetual de ambos os produtos turísticos, a pesca industrial (que não pode ser incluída no lote de produtos turísticos concorrentes) mas também a pesca desportiva e o *Big Game Fishing* (este sim, um produto turístico), têm que ser encarados não como concorrentes, mas como incompatíveis (Bentz *et al.*, 2014).

4.1.5 – Crescimento e importância relativa do produto

De acordo com o estudo da especialidade, desenvolvido por Bentz *et al.* (2014), o mergulho com tubarões nos Açores já se começa a assumir como um produto turístico, na medida em que já é possível identificar uma oferta estruturada, uma procura específica pelo produto e uma identidade própria resultante da simbiose entre a atividade e o meio em que se desenvolve.

De acordo com este estudo, desde 2011, que a atividade tem apresentado um forte crescimento, em especial nas ilhas do Grupo Central, sendo que, em 2013, contava-se no arquipélago com 8 operadores a oferecer este produto. Número que aumentou para 14, em 2014, e para 16, em 2015 (Turismo dos Açores, 2015).

A procura pelo produto, em 2011, ascendeu aos 7000 clientes, representando uma receita na ordem dos 1,5 milhões de euros. Para o período de 2013, o crescimento esperado do número de clientes era de 100% face ao período de 2011 (Bentz *et al.*, 2014).

No monte submarino Condor isoladamente, uma área que está restrita temporariamente à atividade pesqueira, registaram-se cerca de 115 expedições no ano de 2011, valor que

subiu para valores entre os 241 e 280, em 2012, o que representou uma rentabilidade anual de € 194 111 e permite aos operadores olhar com otimismo para o potencial de crescimento do produto. (Ressurreição A. *et al.*, 2013).

4.2 – Fontes Primárias

4.2.1 – Análise de Conteúdo

Tal como enunciado no capítulo referente à metodologia, importa esquematizar o processo de análise da informação resultante do instrumento de observação. Desta forma, procedeu-se à Análise de Conteúdo, técnica mais comum e fiável de análise de dados qualitativos em inquérito por entrevista (Bardin, 1977).

Para isso, desenvolveram-se as três etapas nucleares desta técnica, nomeadamente a Descrição, na qual se identificam palavras-chave e idéias que se repetem em diferentes respostas à mesma pergunta, e que poderão, ou não, representar uma tendência relevante para a fase de Inferência, a segunda etapa na sequência da aplicação da técnica.

Nesta segunda etapa de Inferência, relacionam-se os *inputs* resultantes da fase de Descrição com outros recolhidos através de fontes secundárias, que dão origem a possíveis resultados lógicos e relevantes, que seriam virtualmente impossíveis de alcançar sem a aplicação da Análise de Conteúdo.

Aplicada a técnica, arrumaram-se os principais resultados que dela se obtiveram, tal como consta na Tabela 8, reproduzida na página seguinte.

Tabela 8 - Análise de Conteúdo

Objetivo	Categoria	Unidade de Registo	Unidade de Contexto
1	Recursos Naturais	Visibilidade excecional	<i>(...) temos clientes que ficam tontos porque não estão habituados mergulhar com esta visibilidade (...)</i>
	Infraestruturas	Variedade de tipologias de alojamento	<i>(...) já começam a aparecer novos tipos de alojamento, como os bungalows etc... (...)</i>
2	Qualificação da mão de obra	Falta de regulamentação no nível de formação exigida aos monitores	<i>Nós exigimos grau de instrutor, mas muitos na concorrência não têm esta exigência, nem tem que ter.</i>
	Adequação ao contexto turístico	Capacidade de cumprir com o nível de exigência do turista que procura o produto	<i>(...) somos uma região habituada a lidar com vacas, não se lida com turistas da mesma forma (...)</i>
5	Resultados da promoção	Inconsequência do trabalho de promoção feito	<i>(...) Nas feiras todos ficam de boca aberta, mas na prática não se vê uma aposta firme no mergulho (...)</i>
6	Opinião relativa às alterações do modelo de transporte aéreo	Benefício desigual	<i>Só São Miguel é que vai beneficiar disso (...)</i>
7	Fiscalização dos locais de mergulho	Ineficácia da fiscalização	<i>Todas as semanas vemos barcos a pescar nas Formigas e ninguém faz nada.</i>

Fonte: Produção própria

Com base nesta análise dos principais pontos dignos de registo no que à Análise de Conteúdo diz respeito, é possível avançar para uma interpretação detalhada dos resultados obtidos.

4.2.2 – O potencial do turismo de mergulho com tubarões

Quanto à vertente geográfica, conclui-se que, na sua maioria, os operadores consideram adequada a tipologia de alojamento existente, porém insatisfatória em quantidade. Tendo em conta os dados estatísticos existentes, disponibilizados pelo Governo dos Açores (2015), verifica-se uma clara dispersão entre a ilha de São Miguel e as restantes.

No que à hotelaria tradicional diz respeito, as ilhas em estudo no grupo central, isto é, as ilhas do Faial e Pico, contavam com dez empreendimentos turísticos de hotelaria

tradicional, dos quais três são hotéis de 4 estrelas, quatro empreendimentos de apartamentos turísticos de 4 estrelas, um hotel, e uma pensão de 2 estrelas e uma pousada, que representam um total de 510 quartos e 1040 camas. Acrescem a estas, 301 quartos e 753 camas referentes a alojamento local.

Por seu lado, no que ao grupo oriental diz respeito, sendo que neste particular importa distinguir os valores da ilha de Santa Maria e de São Miguel. A primeira conta com três hotéis, dos quais dois são de 3 estrelas, e um de 4 estrelas, que totalizam 185 quartos e 398 camas, às quais se juntam 37 quartos e 71 camas relativas a alojamento local. É, todavia, notória a diferença quando se analisam os mesmos *inputs* relativos à ilha de São Miguel, que totaliza cerca de 2400 quartos, que correspondem a 5275 camas, em hotelaria tradicional, diferença esta acrescida de 939 quartos e 2017 camas de alojamento local.

Relativamente aos recursos naturais, a grande maioria dos operadores apresenta-se satisfeito com a quantidade de tubarões existentes nos locais de mergulho a que recorrem, considerando-a na sua maioria satisfatória, surgindo uma opinião, ainda que com menor expressão, de haver uma grande abundância de espécies. Por outro lado, registou-se uma minoria que contraria esta tendência, considerando muito escassa a quantidade de tubarões. Quando questionados acerca da variedade de espécies, a esmagadora maioria dos entrevistados considera haver pouca ou muito pouca variedade de espécies, e apenas em dois casos é considerada suficiente.

O número de alternativas relativamente aos possíveis locais de mergulho com tubarões também não satisfaz totalmente os operadores. Verificou-se uma latente insatisfação na maioria dos entrevistados, sendo que apenas dois dos operadores se mostraram satisfeitos com a variedade de soluções existentes e ao alcance. Este contraste é facilmente explicado pelas ilhas em que atuam os operadores, uma vez que, nas ilhas do grupo Central, é possível ter acesso a uma quantidade bastante superior de locais de mergulho, quando comparado com as ilhas do grupo Oriental (Sá, 2013). Por outro lado, focando a análise na variedade e abundância de tubarões e respetivas espécies, os operadores que atestam uma opinião mais otimista atuam no grupo Oriental. A razão desta satisfação está relacionada com os comportamentos e rotas migratórias de algumas espécies que podem ser avistadas ao largo da ilha de Santa Maria, e que não se verificam nas demais, estando por isso ao alcance também dos operadores micaelenses.

Quanto à visibilidade subaquática, a opinião é unânime. A visibilidade nas águas açorianas é francamente satisfatória. Por último, nesta vertente de abordagem, importa conhecer a opinião dos operadores relativamente ao trabalho de fiscalização do cumprimento dos regulamentos das atividades nas áreas marinhas protegidas. Assim, neste particular verificou-se que na sua maioria os operadores apresentam-se satisfeitos, ainda que quatro dos entrevistados se demonstrem descontentes. Neste sentido, os principais aspetos que, na opinião dos entrevistados, podem contribuir para a solução desta lacuna incluem maiores penalizações aos incumpridores, quantidade e qualidade de meios disponíveis, por parte das entidades fiscalizadoras, a sinalização das zonas marítimas protegidas e a limitação de licenças de atividade nestas zonas protegidas. Estes resultados são inesperados, uma vez que a bibliografia existente e na qual se fundamentou esta investigação aponta como principal lacuna para a sustentabilidade da atividade náutica de recreio nos Açores a falta de AMP (Áreas Marítimas Protegidas) e respetiva fiscalização, o que contrasta com a opinião recolhida junto dos operadores.

4.2.3 – Caracterização operacional da oferta

Relativamente à vertente operacional, foram colocadas várias questões que visaram avaliar a capacidade da oferta ao nível da segurança, da qualidade do serviço prestado, bem como do trabalho de promoção do produto e destino. Em primeiro lugar, importa conhecer algumas particularidades do *modus operandi* das empresas, ao nível da duração das saídas de mergulho com tubarões, do número máximo de saídas por dia, do número de mergulhadores por cada saída, bem como da probabilidade de sucesso do mergulho, isto é, do avistamento das espécies em causa, sem descuidar a política dos operadores para com os clientes no caso de insucesso do mergulho.

Posto isto, conclui-se que, em média, as saídas de mergulho, na sua maioria, duram mais de três horas. Quanto ao número de saídas diárias, os operadores conseguem realizar, em média, duas saídas por dia, sendo que no mínimo têm capacidade de realizar uma única saída por dia e, no máximo, um dos operadores tem capacidade de concretizar até oito saídas diárias.

No que ao número de clientes por cada saída diz respeito, em média, os operadores contam com oito clientes, sendo que os operadores mais limitados têm capacidade para

agrupar quatro clientes por saída. Por seu lado, a maior capacidade de carga fixa-se em uma dúzia de clientes em simultâneo. Este parâmetro prende-se exclusivamente com o tipo de embarcação disponível e reflete as limitações existentes neste particular.

Finalmente, importa conhecer a probabilidade de sucesso do mergulho e a forma como as empresas atuam em caso de insucesso. Neste particular, os operadores consideram de forma unânime a probabilidade de sucesso como muito alta, porém, é claro que nenhum dos operadores foi capaz de afirmar como certo o avistamento destas espécies nas saídas de mergulho.

Quando questionados acerca das soluções apresentadas ao cliente para fazer face ao eventual insucesso da atividade, a opção dos operadores recai sobretudo no reembolso do valor pago na realização de um novo mergulho em data a combinar com o cliente ou em ambas as opções anteriores, dependendo da preferência do cliente. Destaca-se que cinco dos doze operadores fazem recair o risco no cliente, não oferecendo qualquer contrapartida em caso de insucesso. Destaca-se ainda o facto de nenhum operador reembolsar o valor ao cliente como primeira opção, viabilizando esta opção apenas em caso de impossibilidade de reagendamento.

Seguidamente procurou-se avaliar tanto os instrutores e monitores de mergulho como ainda os profissionais de socorro a quem recorrem estas empresas em caso de acidente. Desta forma, no que toca aos profissionais de mergulho, as empresas exigem formações muito variadas. De acordo com as normas europeias (Instituto Português da Qualidade, 2005), são reconhecidos 5 níveis de formação, que têm equivalência com as diferentes designações das várias entidades reconhecidas na formação de mergulho, como a PADI (*Professional Association of Diving Instructors*) ou a SSI (*Scuba Schools International*), que apresentam as suas próprias hierarquias. Assim, no primeiro nível surge o Mergulhador Supervisionado (NP EN 14153-1), que é o nível mais elementar e que serve, regra geral, para a iniciação na modalidade. Neste nível, o mergulhador está habilitado a mergulhar até aos doze metros de profundidade, sempre sob supervisão de um Líder de Mergulho (NP EN 14153-3). De seguida, existe o Mergulhador Autónomo (NP EN 14153-2), que está habilitado a mergulhar até aos vinte metros de profundidade e dispensa a supervisão direta de um Líder de Mergulho, sendo que deve mergulhar com outros mergulhadores com experiência igual ou superior à sua. Finalmente, no que ao mergulho recreativo diz respeito, regista-se o já referido Líder de Mergulho (NP EN 14153-3), que deve ser capaz de conduzir qualquer atividade de mergulho para a qual tenha tido

formação específica, bem como ser capaz de assegurar o bom planeamento e execução dos procedimentos de emergência adequados ao ambiente e às atividades de mergulho em causa. Posteriormente, surgem os níveis de formação profissional, ou seja, os níveis de Instrutores de Mergulho, que se dividem em dois: Instrutor Assistente (NP EN 14413-1), que está habilitado a ministrar formação ao nível 1, mergulhador supervisionado, sendo esta formação, por sua vez, supervisionada por um Instrutor de Mergulho (NP EN 14413-2). Este último está habilitado a ministrar formação aos restantes níveis, desde que tenha formação técnica específica para as formações em causa.

Os operadores açorianos apresentam uma certa anarquia neste aspeto, uma vez que alguns exigem formação de nível 2 (Mergulhador autónomo), enquanto outros exigem o nível máximo (Instrutor de nível 2), sendo que a maioria recorre a mergulhadores com certificação de nível 3 (Líder de Mergulho).

Esta indefinição quanto à formação exigida aos responsáveis pelas atividades levanta questões do ponto de vista da segurança. Desta forma, procurou-se conhecer a perceção do risco de acidente associado à atividade e às possíveis consequências. Neste particular concluiu-se que os operadores reconhecem um risco baixo, havendo uma minoria a avaliarem-no como médio e apenas um operador a percecionar um nível de risco alto associado ao mergulho com tubarões nos Açores. Assim, quando questionados sobre o impacto de um eventual acidente com feridos, do ponto de vista da imagem do destino, os operadores reconhecem, na sua maioria, alguma importância, mas nenhum o considera comprometedor, com destaque para dois dos doze operadores, que consideram os possíveis impactos como pouco relevantes para a imagem do destino.

Quando questionados acerca da prestação das entidades de socorro, conclui-se que os operadores estão moderadamente satisfeitos com a proximidade entre os locais de mergulho e as equipas de socorro, bem como com o tempo de resposta das mesmas.

Um aspeto mencionado por todos os operadores diz respeito aos equipamentos e tecnologias disponíveis para fazer face aos acidentes de mergulho, sendo que um dos operadores avaliou esta rubrica como insuficiente. Neste particular importa salientar a existência no arquipélago de duas câmaras hiperbáricas, uma na cidade da Horta e outra em Ponta Delgada, num total de cinco ativas a nível nacional (Governo dos Açores, 2014). A aquisição da câmara hiperbárica de Ponta Delgada remonta a 2014, para o hospital Divino Espírito Santo, e foi apresentada como uma forma de melhorar as condições de

segurança para com os mergulhadores, especialmente do ponto de vista dos turistas que visitam a região e praticam esta modalidade (Governo dos Açores, 2014).

Outro vetor essencial na vertente de abordagem operacional é a promoção e captação de turistas. Quanto à eficácia da promoção, os operadores mostram-se satisfeitos, embora a opinião não seja unânime. Esta tendência estende-se à opinião dos operadores acerca dos mercados onde a promoção incide.

Ainda no que diz respeito à promoção do produto, questionaram-se os operadores acerca dos meios de promoção utilizados. Segundo Nuno Sá, em sede de entrevista exploratória (Anexo I), o meio de promoção predileto são as feiras internacionais, sendo que, na sua maioria, os operadores apresentam-se moderadamente satisfeitos. Merece especial destaque, porém, o facto de uma porção minoritária de operadores considerarem maus, ou desajustados os meios utilizados. Quanto à quantidade e regularidade das ações de promoção depreende-se também alguma divisão na opinião dos entrevistados.

No que diz respeito à captação de turistas, concluiu-se que o produto consta nos pacotes oferecidos por agências de viagem e que a esmagadora maioria dos operadores capta os seus clientes turistas antes da sua chegada à região.

Posteriormente, em virtude das recentes notícias da liberalização do espaço aéreo açoriano e consequente entrada de algumas companhias *Low-cost* no mercado de transporte aéreo regional a partir de março de 2015, incluiu-se no guião da entrevista uma pergunta com vista a conhecer como foi esta notícia encarada pelos intervenientes na oferta do mergulho com tubarões. Assim, conclui-se que estas notícias aumentaram o otimismo dos operadores, sendo que mais de metade se mostra otimista ou muito otimista. Porém, importa destacar um segmento dos entrevistados que apresenta reservas relativamente a este tema.

4.2.4 – Impacto socioeconómico do produto na região

Finalmente, com o objetivo de retirar conclusões acerca da vertente socioeconómica, procurou-se apurar o volume de negócio, as perspetivas de crescimento e resultante criação de emprego. Neste sentido, é sabido que o preço médio de um mergulho com tubarões, por pessoa, aproxima-se dos € 165, 00 (Ressurreição et al., 2014) e que, em

média, os operadores conseguem realizar 2 saídas diárias, cada uma com uma média de 8 passageiros.

Perante estes resultados, procurou-se perceber as vantagens que esta rentabilidade e perspectiva de crescimento trariam para a população local, ao nível da criação de emprego. Da análise destas respostas, depreende-se que nenhum dos entrevistados prevê ter necessidade de eliminar postos de trabalho, havendo uma grande parcela que espera ter a necessidade de criar alguns novos postos de trabalho. Importa realçar que os operadores entrevistados têm, em média, quatro colaboradores, e que o maior deles conta com uma equipa de vinte elementos e o menor é uma empresa unipessoal.

4.2.5 – Discussão dos resultados

Feito o levantamento dos dados recolhidos, importa agora interpretá-los. Assim, começando pela vertente de abordagem Geográfica, concluiu-se que as empresas estão no geral satisfeitas com a tipologia de alojamento que existem nas ilhas, contudo consideram que a quantidade de unidades de alojamento não é suficiente. Dados recolhidos nas delegações de turismo das várias ilhas em foco, apontam para um alojamento essencialmente assente em hotelaria tradicional e alojamento local, denotando-se uma enorme discrepância entre as ilhas de São Miguel e as restantes. Se é verdade que também se verifica uma enorme diferença no volume de chegadas à ilha de São Miguel, relativamente a todas as outras, também o é que esta fraca diversidade na oferta de alojamento pode verificar-se problemática do ponto de vista da competitividade, uma vez que, de acordo com Pabel & Coghlan (2011), o custo total da viagem é um aspeto prioritário no processo de decisão do turista de mergulho.

Relativamente aos recursos naturais para a prática de mergulho com tubarões, que se prendem com questões como a visibilidade subaquática, a quantidade e diversidade de espécies e a quantidade de locais de mergulho, os mares açorianos oferecem de facto condições ótimas para a prática de mergulho com tubarões nos meses compreendidos junho e setembro/outubro.

No que toca à quantidade e diversidade de espécies, no caso açoriano, devem ser analisadas em conjunto. Isto porque a variedade de espécies é, de facto, bastante elevada.

Porém, a quantidade de tubarões de cada espécie não é de todo idêntica, havendo espécies que muito raramente se conseguem avistar. Por conseguinte, apenas a tintureira torna viável a exploração do produto de mergulho com tubarões, pois é a espécie mais abundante no arquipélago que, por sua vez, é um caso único a nível europeu no que diz respeito ao avistamento desta espécie no seu *habitat* natural. (Bentz et al., 2014)

O número de *spots* de mergulho é um fator que divide os operadores. Esta divisão prende-se sobretudo com as diferentes áreas em que operam. Em virtude do número de locais de mergulho conhecidos e alcançáveis em saídas de mergulho comerciais, o grupo central disponibiliza uma variedade deveras superior. Desta forma, os operadores que se fixam no grupo Oriental (ilhas de Santa Maria e São Miguel) contam com uma variedade bastante mais reduzida de soluções, bem como de distâncias superiores e, consequentemente, uma logística mais exigente do ponto de vista operacional (Sá, 2013).

Concluindo a análise sob a vertente Geográfica, importa perceber a avaliação dos trabalhos de fiscalização das áreas protegidas, por parte das entidades responsáveis. Neste particular, como avançado anteriormente, os operadores apresentaram-se, na sua maioria, moderadamente satisfeitos. Contudo, alguns operadores classificaram a fiscalização como insuficiente, ou ineficaz. Esta insatisfação prende-se, em primeiro lugar com as penalizações aplicadas aos incumpridores, consideradas demasiado brandas por mais de metade dos inquiridos, que apontaram esta situação como a principal a ser corrigida. Outra causa para a ineficácia das ações de fiscalização prende-se com uma falta flagrante de recursos, por parte de agentes como a polícia marítima. Nesta falta de recursos incluem-se verbas para gasóleo e de mão de obra disponível para este fim. Daí resultam conflitos entre os operadores turísticos e outras atividades que se desenvolvem ilicitamente em espaços protegidos. Este facto foi corroborado por Nuno Sá em sede de entrevista exploratória, ao referir o caso do arquipélago das Formigas, no grupo Oriental, como exemplo flagrante disso mesmo. Reforçando este último aspeto, a sinalização dos espaços protegidos e a limitação de licenças de atividade nestas áreas protegidas são outros aspetos que os operadores apontam como deficitários relativamente à sua fiscalização e monitorização, os quais poderiam servir de base à solução deste problema.

Analisando-se a vertente Operacional, verificou-se que se pode subdividir a análise em três grandes pilares: Segurança, qualidade do serviço e promoção do produto, bem como do destino.

Relativamente à segurança, identificou-se uma lacuna na formação exigida aos monitores das saídas de mergulho. Os operadores contam com monitores com diferentes graus de especialização, o que pode ser uma fonte de risco em si mesmo. Esta realidade é possível em virtude de não haver uma imposição legal, mas apenas um código de conduta, sem carácter coercivo (Anexo II). Outro aspeto não menos importante neste âmbito é a falta de sensibilidade para o potencial danoso de um acidente com consequências ao nível de humano. Do ponto de vista da imagem do destino e do produto, este tipo de ocorrência pode ter consequências deveras prejudiciais para o crescimento do destino, podendo mesmo resultar na extinção do produto em causa.

Por seu lado, relativamente aos procedimentos em caso de acidente, os operadores apresentam um grau de satisfação bastante elevado, tanto ao nível da proximidade das equipas de socorro relativamente aos locais de mergulho e consequente tempo de resposta, como da preparação técnica das equipas de socorro, assim como dos equipamentos de que dispõem.

Em ambos os grupos de ilhas existem câmaras hiperbáricas, uma na cidade da Horta e a outra na cidade de Ponta Delgada, úteis para o tratamento dos acidentes mais frequentes em mergulho, sendo que, a nível nacional, existem cinco em funcionamento. A câmara hiperbárica de Ponta Delgada foi instalada no final de 2014, constituindo um passo importante para melhorar as condições de segurança dos praticantes de mergulho, o que do ponto de vista turístico representa uma criação de valor que não pode ser menosprezada (Governo dos Açores, 2014).

Contudo, as distâncias entre os locais de mergulho e os centros médicos são na sua maioria superiores no caso do grupo Oriental, relativamente ao grupo Central, o que está na base de uma opinião por vezes negativa em alguns dos entrevistados.

No que à qualidade do serviço diz respeito, é essencial perceber o *modus operandi* dos operadores na região, sobretudo em aspetos como a probabilidade de sucesso da saída de mergulho (encontros com tubarões) e a forma como a empresa lida com o insucesso.

Assim, segundo foi possível apurar, a probabilidade de sucesso é considerada alta. Porém, importa salientar que em caso de insucesso, denota-se uma filosofia direcionada para a receita, ao invés de ter como prioridade a satisfação dos clientes. Analisando a informação recolhida, percebe-se que aproximadamente metade dos operadores força o cliente a dar como perdido o valor pago pelo serviço, caso não seja bem-sucedido. Os restantes

operadores optam por compensar de alguma forma o cliente, marcando, por exemplo, uma nova data para repetir o mergulho. Todavia, na impossibilidade de encontrar uma alternativa que beneficie ambas as partes, recai a solução no reembolso total do valor pago.

Por fim, no que à captação de novos mercados e promoção do produto e do destino diz respeito, os operadores revelaram-se no geral satisfeitos, embora surgisse algum descontentamento relativamente à eficácia dos instrumentos de promoção utilizados, bem como à quantidade e frequência das mesmas ações de promoção. Segundo Nuno Sá, o principal instrumento de promoção do destino são feiras internacionais. Conclui-se portanto, que alguns dos operadores entendem que deve proceder-se a uma diversificação.

Ainda relacionado com o modelo de promoção e captação de mercados, importa analisar a opinião dos operadores face às alterações na operação de transporte aéreo entre a região e o território continental. Como é sabido, desde março de 2015 duas companhias *Low Cost* estenderam a sua atividade à rota Ponta Delgada- Lisboa e Ponta Delgada – Porto, entre outras internacionais. Porém, a opinião dos operadores face a estas notícias não é homogénea, havendo até alguns que apresentaram reservas quanto ao benefício esperado. Explica-se esta atitude em virtude de, na altura da resposta, ainda existirem algumas indefinições neste tema, principalmente face às ilhas mais pequenas do arquipélago, entre elas Pico e Faial, uma vez que a únicas rotas que suscitaram interesse por parte destas companhias incluíam apenas o aeroporto de Ponta Delgada. Assim sendo, ilhas como Terceira e Faial, outras duas ilhas com ligações diretas a Lisboa, não tiveram este tipo de voos disponíveis (Açoriano Oriental Online, 2015). Outra preocupação é a extinção ou precarização de postos de trabalho, nomeadamente na companhia regional SATA, que já estava em processo de ajustamento dos seus recursos humanos (Açoriano Oriental Online, 2015).

Das entrevistas realizadas, concluiu-se ainda que a grande maioria dos operadores tem os seus serviços a serem oferecidos por agências de viagem e afirmam que os seus clientes turistas são captados numa fase anterior à sua chegada ao destino. Daí se conclui que as lacunas identificadas pelos operadores assentam sobretudo na vertente da promoção do destino, que está a cargo da Associação de Turismo dos Açores, responsável pela organização de toda a promoção turística da região. Esta lacuna está bem presente no PEMTA (2016), no qual se pretende reforçar uma comunicação *Business to Consumer*, através de canais de promoção alternativos, a funcionar em complementaridade com as

feiras, como o são a publicidade em eventos, redes sociais, publicidade *online*, imprensa generalista e especializada e nos postos de turismo. No caso do mergulho em concreto, estão previstas ações de promoção em revistas da especialidade como a *Divers Travel Guide*, *Dive Magazine*, *Divernet*, *Times* e *Telegraph*, e ainda uma forte aposta no *online*, em concreto em *Social Media*, especificamente no *BestBlogs at Sea* e no *Dive Area – Diving community worldwide*, que têm expressão em mercados como o Inglês, o Alemão e o Norte Americano, identificados como estratégicos para este produto específico.

Por último, é essencial concluir sob o ponto de vista socioeconómico. Neste sentido procurou-se caracterizar a operação das empresas ao nível do volume de negócio, bem como das perspetivas de crescimento e consequente criação de emprego, entre outros benefícios sociais. Assim, tendo por base o preço médio de um mergulho deste tipo, que se fixa em aproximadamente € 165,00 (Bentz et. al., 2014), e a julgar pelo número de saídas diárias de cada operador, bem como o número de passageiros; tendo também em conta os dados reunidos obtém-se o seguinte: Número médio de saídas diárias (**S**) = 2; Número médio de passageiros por saída (**P**) = 8; Número de operadores na região (**O**) = 14; Preço médio (€) = € 165,00. Calcula-se deste modo o potencial de receita da atividade através da expressão $S \times P \times O \times € = 2 \times 8 \times 14 \times 165 = 36\,960 \text{ €}$. Considerando ainda que o período em que se reúnem as melhores condições para a prática de mergulho com tubarões soma 122 dias de atividade, o que contabiliza um potencial económico anual de $36\,960 \times 122 = 4\,509\,120 \text{ €}$

Contudo, segundo Bentz et. al. (2014), o mergulho com tubarões azuis (tintureiras) gerou receitas na ordem dos € 1 500 000,00 no período de 2011, um valor substancialmente inferior ao estimado, com base nos dados recolhidos pelo instrumento de observação. Porém, segundo o mesmo estudo, projetou-se um aumento de 100% no número de mergulhos com esta espécie de tubarões para o período seguinte (2012), o que originaria uma receita de aproximadamente € 3 000 000,00, pressupondo que o preço médio do mergulho se mantivesse inalterado.

A julgar pela taxa de crescimento apresentada para os períodos anteriores, nota-se uma desaceleração do crescimento. No entanto, verifica-se um crescimento ainda de dois algarismos percentuais (50,3%) o que perspetiva um futuro otimista para a rendibilidade do produto.

Ao nível da criação de emprego, conclui-se que aproximadamente metade dos operadores entrevistados prevê a necessidade de expansão da equipa. Desta forma, é possível inferir que o produto tem capacidade de criar benefícios sociais e, a julgar pelo ritmo de crescimento, estes benefícios poderão ter ainda mais expressão no futuro.

Por outro lado, importa salientar a dimensão destas empresas. Com base na população observada, as empresas contam com equipas de 6 trabalhadores. De facto, são empresas tipicamente de pequena dimensão, o que não invalida o seu potencial na criação de postos de trabalho, diretamente nos operadores, mas também no impulso que o crescimento da atividade pode causar em produtos e serviços complementares, criando, indiretamente, ainda mais postos de trabalho.

4.2.6 – Análise SWOT

De forma a formular propostas concretas de melhoria, importa identificar os pontos fracos e pontos fortes desta atividade na região, assim como as oportunidades e ameaças para o desenvolvimento do produto. Como tal, recorreu-se a uma análise *SWOT* (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). Segundo Ghemawat (2002, pp. 41), este exercício surge nos anos 1960 em contexto académico, popularizando-se nas salas de aula americanas onde se discutiam políticas empresariais e análise estratégica. Como tal, entrando a investigação na vertente estratégica, será certamente útil olhar esta realidade através desta ferramenta que há muito fornece uma visão enriquecedora das organizações, sejam elas empresas ou não, e que, no caso do mergulho com tubarões nos Açores, não será exceção.

Tabela 9 - Análise SWOT Mergulho com tubarões nos Açores

Pontos Fortes (<i>Strengths</i>)	Pontos Fracos (<i>Weaknesses</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Garantia de sucesso do mergulho com tubarões em vários locais de mergulho, principalmente no monte submarino Condor; • Existência de espécies raras, como o Tubarão Azul, Rinquim e Tubarão Baleia; • Exclusividade do produto a nível europeu; • Mergulho com tubarões promove, por si só, a proteção e preservação das espécies; • Associativismo entre os operadores (AOMA – Associação de Operadores de Mergulho dos Açores) • Bienal de turismo subaquático da Graciosa, uma série de seminários na especialidade com vista a promover o associativismo e a visão estratégica do produto; • Viabilidade económica do produto. Já se tornou no produto mais rentável de muitos dos operadores de mergulho; • Cooperação entre os operadores de mergulho e os pescadores, no caso do mergulho com Tubarões baleia, uma vez que esta espécie se faz acompanhar por cardumes de atum. Os pescadores informam o avistamento dos tubarões baleia aos centros de mergulho da ilha de Santa Maria. • Hospitalidade do povo açoriano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exigência técnica do mergulho: Nem todos os mergulhadores, ainda que certificados, podem mergulhar com tubarões. • A proteção dos tubarões está muitas vezes comprometida pelas normas europeias, que permitem a pesca da frota comunitária na Zona Económica Exclusiva açoriana (Bentz et al., 2014); • A pesca do tubarão tem-se tornado mais rentável, nomeadamente a comercialização das barbatanas e carne; • Inexperiência dos Líderes de Mergulho neste tipo de mergulho, por tratar-se de uma novidade; • Heterogeneidade na qualificação exigida aos Líderes de mergulho; • Fraca regulamentação da atividade, assente apenas num código de conduta; • A falta de informação e relatórios acerca da atividade não permite uma estimativa viável da sua dimensão atual e potencial de crescimento; • Instabilidade do mergulho com tubarões baleia em Santa Maria. A oferta deste tipo de mergulho é limitada e irregular; • O impacto de um acidente na imagem do destino é encarado de uma forma geralmente leviana pelos operadores; • Sazonalidade do produto, dependente dos meses propícios à atividade de mergulho: de junho a setembro.
Oportunidades (<i>Opportunities</i>)	Ameaças (<i>Threats</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Mudança da atitude face ao tubarão. Começa a deixar de ser visto como uma espécie perigosa • Entrada das companhias aéreas <i>Low Cost</i> na oferta de transporte aéreo açoriano. • Crescente notoriedade do destino; • Região europeia geograficamente mais próxima dos Estados Unidos da América, país 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de legislação relativa à formação exigida aos Líderes de Mergulho aumenta ao risco de acidente, bem como a gravidade das possíveis consequências; • Qualidade do mergulho com tubarões em destinos como Austrália e África do Sul; • Falta de reservas de mergulho põem em causa a sustentabilidade da atividade, uma vez que a pesca das espécies de tubarões em causa pode

<p>que detém o maior número de mergulhadores certificados a nível mundial;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado Norte-americano sub-explorado; • Criação de uma área protegida no monte submarino Condor (pesca é proibida); • Margem de crescimento do produto e consequente aumento de receitas e benefícios sociais, como postos de trabalho; • Características do turista de mergulho adequam-se à restante oferta de produtos turísticos na região, como o <i>touring</i> paisagístico, bem como outras formas de turismo náutico, promovendo a complementaridade entre produtos, maximizando o valor acrescentado de cada turista individualmente; • Exclusividade dos recursos existentes na região para a prática deste tipo de mergulho a nível europeu; 	<p>ser feita livremente na maioria dos locais de mergulho onde se encontram;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difícil coexistência da atividade piscatória com o mergulho com tubarões: é quase impossível evitar a pesca de tubarões azuis durante a pesca de algumas das principais espécies, como o espadarte, sendo que pelo seu valor comercial, atualmente os pescadores optam por comercializá-los em vez de os devolverem ao oceano (Bentz et al.,2014). • A técnica de atração das espécies de tubarões, através de isco, apesar de eficaz é considerada perigosa por alguns autores. Os tubarões podem começar a associar mergulhadores com comida, e assim tornarem-se agressivos (Dobson, 2008); • O declínio do número de avistamentos de tubarões azuis por mergulho na ilha de Santa Maria coloca a atividade em risco; • A entrada de embarcações piscatórias de grande dimensão estrangeiras (Espanha) coloca em risco o mergulho com tubarões, sendo que o tubarão azul já é a terceira espécie mais pescada nos Açores. • Classe política não reconhece a pesca de tubarão, seja ela direta ou indireta, como um problema.
--	--

Fonte: Produção própria. Adaptado de Bentz et. al. (2014)

Identificam-se como pontos fortes a probabilidade de sucesso do mergulho com tubarões nas ilhas do Grupo Central (as condições de visibilidade, etc), que realça o potencial do produto. A Bienal de turismo subaquático, na ilha Graciosa, a exclusividade do produto a nível europeu e a viabilidade económica da atividade devem ser encarados como os pilares do desenvolvimento deste produto. Eventos como este promovem o associativismo junto dos operadores, melhorando a sua capacidade de influência junto do poder político, fomentando, ainda, a evolução operacional dos mesmos, através do debate de ideias concretas e específicas da atividade, nomeadamente dos modelos de negócio e experiências levadas a cabo pelas empresas das várias ilhas, podendo desenvolvê-las ou não nos seus próprios modelos de negócio. Por sua vez as condições existentes para a

prática deste tipo de mergulho na região, aliada à sua exclusividade a nível europeu, são uma poderosa mais-valia competitiva.

Não obstante, todos estes pontos fortes devem fazer-se acompanhar por um aproveitamento das oportunidades identificadas e que vão surgindo. A título de exemplo, aquando da realização deste estudo, identificaram-se como oportunidades a entrada das companhias *Low Cost* no transporte aéreo açoriano, tornando o destino consideravelmente mais acessível. Outra oportunidade que deve ser prioritária para o destino é a exploração da sua posição geográfica (proximidade dos Estados Unidos da América), procurando tirar partido da mesma para conquistar quota no mercado americano, especialmente por se tratar do país com maior número de mergulhadores certificados no mundo, representando, assim, um potencial considerável (PADI, 2014). A exclusividade do produto ao nível europeu permite perspetivar uma captação do mercado europeu, pelas facilidades de entrada e saída de pessoas nos países pertencentes à União Europeia, fruto da política de livre circulação de pessoas e bens.

Posteriormente, identificaram-se o potencial de complementaridade deste produto com os restantes produtos estabelecidos na região, como são as outras atividades náuticas, nomeadamente a observação de cetáceos e o iatismo, ou outros produtos de importância incontornável como o *touring* paisagístico. Desta forma, o crescimento deste produto em particular representa um potencial crescimento das demais atividades complementares oferecidas na região, aumentando o volume de negócio na sua generalidade, bem como o valor de cada turista individualmente, uma vez que os seus gastos no destino serão forçosamente superiores.

Finalmente, e como um evento isolado que poderá abrir um precedente a uma das medidas mais importantes para a sustentabilidade do produto, encontrou-se o exemplo da restrição feita à atividade piscatória no monte submarino Condor, que pode vir a ser o catalisador de medidas semelhantes às de outros locais de mergulho, dando início a um processo de criação de AMP, já há muito antecipado e defendido por diversos *players* da cena subaquática da região.

Neste sentido, os principais pontos de melhoria da atividade neste destino são essencialmente do foro político e legislativo, essencialmente devido à regulamentação existente para a pesca, particularmente do tubarão, sendo que o problema se estende, naturalmente, às atividades de mergulho em geral. Ainda neste âmbito, é de salientar

como um ponto fraco a qualificação exigida aos Líderes de Mergulho, ou, pelo menos, a falta de regulamentação neste particular, potenciando a heterogeneidade do serviço prestado, bem como a probabilidade de ocorrência de acidentes e das suas potenciais consequências. Assim, como forma de amenizar ou eliminar estes pontos fracos, deve-se procurar criar medidas de regulamentação mais eficazes, quer do ponto de vista dos operadores marítimo-turísticos, quer de atividades como a pesca, que comprometem o desenvolvimento e a sustentabilidade do produto. Desta forma, como medidas concretas para contornar estes pontos fracos apresentam-se, por exemplo, a criação, num modelo semelhante ao da criação do código de conduta (Anexo II), que até ao momento serve como único documento regulador da atividade, de um novo documento, com carácter vinculativo, que abranja os princípios da oferta do produto, ao nível da prestação do serviço, de uma forma homogénea e qualitativamente superior, para além da salvaguarda de locais reservados a atividades náuticas, em particular do mergulho com tubarões, onde a pesca destas espécies seja abolida. Como é evidente, a formulação deste tipo de regulamentação só será bem sucedida se acompanhada por uma implementação e fiscalização eficazes. Para este efeito, considerando a opinião dos operadores as soluções passam por penalizações mais pesadas em caso de incumprimento e por uma melhor sinalização dos locais protegidos e restritos a estas atividades.

Por último, no que aos pontos fracos diz respeito, é essencial fomentar a divulgação de relatórios periódicos da atividade, de forma a monitorizar o seu desenvolvimento por ilha, e possibilitar um trabalho de melhoria sustentado e devidamente documentado.

Relativamente às ameaças identificadas, conclui-se previsivelmente que a sua grande maioria é desencadeada pela coexistência do mergulho e da indústria piscatória. Contudo, importa destacar as alterações que se fazem sentir na ilha de Santa Maria, relativamente ao número de avistamentos de espécies de tubarões. Este facto torna-se ainda mais preocupante quando se constata que a atividade de mergulho com tubarões apenas surge na região em 2009, e que, em tão pouco tempo se fazem sentir impactos notórios. Assim, é evidente a necessidade de agir face à ameaça que a pesca representa para uma atividade com o potencial do mergulho com tubarões. É evidente que a solução não passa por extinguir uma atividade em prol da outra, mas sim por criar mecanismos e meios que permitam a coexistência das duas atividades, tirando o máximo de rentabilidade de ambas.

Finalmente, é essencial desenvolver estudos e fomentar a investigação científica em torno desta atividade, para melhorar continuamente a oferta e a metodologia de trabalho dos operadores. Esta necessidade é fundamentada pela incerteza relativa a processos como aqueles utilizados para a atração das espécies de tubarões, através de isco, uma vez que existem autores com a opinião de que esta prática possa vir a fomentar comportamentos de risco no futuro por parte destes predadores (Bentz et. al., 2014). Estas ameaças devem ser tidas em conta do ponto de vista estratégico, pois caso não sejam reconhecidas em sede de planeamento, formulação de estratégias e tomada de decisão, podem comprometer o sucesso e o futuro deste produto.

V – Abordagem estratégica

5.1 – Estudo de caso – Ilhas Fiji

No seguimento das conclusões retiradas da análise *SWOT*, a maior barreira ao desenvolvimento do mergulho com tubarões nos Açores, bem como de outras atividades subaquáticas, é a pesca. As duas atividades são, por natureza, incompatíveis.

Contudo, o *know how* dos profissionais de pesca é uma possível mais valia para estas atividades, sendo que, já hoje em dia, os operadores de mergulho nos Açores beneficiam da colaboração de alguns grupos de pescadores, uma vez que recebem informações relativas ao avistamento e localização de espécies de interesse para os seus clientes. Porém, esta relação está longe de ser pacífica, uma vez que é frequente aos operadores avistarem embarcações de pesca a operarem em espaços interditos a esta atividade.

Para contornar esta problemática e viabilizar o desenvolvimento sustentável do mergulho com tubarões enquanto produto turístico no arquipélago, é necessário criar e implementar uma estratégia operacional transversal aos vários intervenientes no *cluster* do mar.

Desta forma, propõe-se a análise e adaptação da estratégia levada a cabo nas ilhas Fiji, um conhecido e estabelecido destino turístico, com uma grande tradição no que ao mergulho com tubarões diz respeito.

Trata-se de um projeto de ecoturismo autossustentável e lucrativo, que possibilita proteger a fauna e flora marinha, bem como assegurar o dinamismo das comunidades locais, através da criação de Áreas Marinhas Protegidas (AMP) (Christie & White, 2007; Grafton et al., 2005, apud Brunnschweiler, 2009).

O mergulho recreativo é o exemplo de uma atividade que se tem tornado uma componente substancial no turismo internacional e que detém um potencial económico considerável para as comunidades locais, através de AMP geridas a partir de taxas de acesso cobradas aos utilizadores das mesmas (Asafu-Adjaye & Tapsuwan, 2008; Davenport & Davenport, 2006; Depondt & Green, 2006; White, Vogt, & Arin, 2000, apud Brunnschweiler, 2009). O mergulho com tubarões em concreto, é um subproduto que contribui com milhões de dólares para a economia local e regional (Davis & Tisdell, 1998; Topelko & Dearden, 2005, apud Brunnschweiler, 2009), sendo que a observação da vida animal só pode ser explorada do ponto de vista comercial caso os exemplares existam em quantidade e sejam saudáveis (Cater, 2008; Garrod & Wilson, 2004, apud Brunnschweiler, 2009).

O conceito de AMP, ou, no caso das ilhas Fiji, *Shark Reef Marine Reserve*, consiste em delimitar parte do recife e barrar a atividade piscatória nesta área, que deve ser reconhecida como abundante em tubarões e de acessibilidade favorável. Devem ser de pequena dimensão, em ilhas onde os direitos de pesca estejam bem definidos e as áreas em que se aplica bem delimitadas e subdivididas (Brunnschweiler, 2009).

Uma vez respondidas as perguntas “Porquê?” e “Onde?” criar estas AMP, conclui-se que o desafio do projeto assenta em “Como?” criá-las (Aswani, 2005; Kelleher & Kenchington, 1992; Souter & Lindén, 2000; Wescott, 2006). As principais incógnitas que se levantam quanto à implementação deste tipo de medidas prendem-se com a incompatibilidade entre as técnicas tradicionais de pesca e com a falta de recursos e meios para manter e gerir as AMP (Cinner & Aswan, 2007; Faasen & Watts, 2007; Foale & Manele, 2004; Reid-Grant & Bhat, 2009, apud Brunnschweiler, 2009). Uma visão holística desta problemática assenta na sensibilização dos habitantes locais para a necessidade da criação destas AMP e, como tal, assegurar o cumprimento da legislação associada às mesmas (Adams, 1998; Aswani, 2005; Caillaud et al., 2004, apud Brunnschweiler, 2009).

A solução aplicada, no caso das ilhas Fiji, assenta na criação de métodos de gestão que permitam uma fonte de rendimento alternativo e compensatório da inibição de pesca nestas áreas (Jiménez-Badillo, 2008; Souter & Lindén, 2000, apud Brunnschweiler, 2009). Esta política compensatória já foi testada em outros locais, mas sem sucesso, devido, sobretudo, a problemas de igualdade na concorrência entre operadores e corrupção. Outro problema que limita a avaliação dos resultados destas medidas anteriores ao caso em estudo é a falta de informação e relatórios financeiros que quantifiquem os benefícios económicos resultantes destas AMP para as regiões locais. Assim, a administração local estabeleceu um acordo a celebrar com o operador responsável por explorar a AMP, que inclui os seguintes itens:

1. O operador compromete-se a formar todos os anos um habitante das vilas (proprietárias dos direitos comerciais dos recifes) até ao nível de *Dive Master*;
2. O operador serve de intermediário para com as autoridades das ilhas Fiji;
3. O operador participa no planeamento e instalação de todas as infraestruturas necessárias (portos, marcações, etc...);
4. O operador participa na monitorização e fiscalização das áreas protegidas;

5. O operador deve cooperar com o departamento das pescas na formação e destacamento de fiscais de pesca, de forma a promover uma monitorização da AMP eficaz;

É de salientar a particularidade de que, nas ilhas Fiji, todos os direitos comerciais dos recifes pertencem às vilas em que se inserem. Assim, a preocupação da administração local é assegurar que as contrapartidas resultantes da exploração dos recifes, anteriormente focada na atividade piscatória, se mantenham, por forma a evitar o descontentamento social.

Inicialmente apenas uma das vilas cedeu parte do seu recife ao operador marítimo turístico. Porém, em 2003, os representantes de outras vilas mais a sul propuseram ao operador a expansão da AMP aos seus respetivos recifes, partilhando a receita com a mesma. Em 2006, a terceira vila também se envolveu no projeto.

Ao nível da receita económica para as vilas, o crescimento foi notório. Em 2004 e 2005, o operador distribuiu pelas vilas um total de US\$ 3910 e US\$ 5930, respetivamente. Em 2008, o valor atingiu os US\$ 19 840.

O preço cobrado aos visitantes para terem acesso ao parque duplicou neste período e é mais alto do que em qualquer outro na região e fora dela (Barker & Roberts, 2008, apud Vianna et al., 2010).

De maneira a garantir a qualidade e a segurança da experiência, o operador limita o número de mergulhadores a 20 por dia, o que corresponde a 4 saídas diárias. Esta limitação, premeditada, levará a um estrangulamento da receita, a menos que se aumente este limite ou o preço de entrada na AMP (Brunnschweiler, 2009).

Compreendido o modelo de desenvolvimento do produto nas ilhas Fiji, importa proceder à análise dos riscos, limitações e oportunidades do mesmo. Desta forma, segundo Foale & Manele (2004, apud Brunnschweiler, 2009), este modelo pode resultar numa estratificação da receita, isto é, numa distribuição irregular da riqueza gerada, o que pode colocar em risco todo o modelo, resultando no seu abandono e na retoma da aposta na atividade piscatória. Por forma a contornar este risco, as verbas compensatórias são pagas pelo operador diretamente à administração local e só *a posteriori* aos *stakeholders*.

Como foi referido anteriormente, as AMP devem ser de pequena dimensão. Em virtude de só haver um operador por cada AMP, extingue-se a possibilidade de conflitos

concorrenciais, bem como um controlo mais rigoroso. Todavia, esta dimensão, aliada à possibilidade de livre saída e entrada dos tubarões da área protegida, não salvaguarda a sua segurança fora da área protegida (Ferretti et al., 2008; Powers & Peterson, 2007, apud Brunnschweiler, 2009).

Outro aspeto que não pode deixar de ser salientado é o pressuposto do envolvimento das comunidades locais no projeto. A inclusão de mão de obra local permite um *feedback* imediato quanto ao sucesso ou insucesso do projeto, assim como, no caso de ser bem sucedido, o desenvolver de uma empatia da sociedade para com o projeto, facilitando o contínuo apoio político ao mesmo (Garrod, 2003, apud Brunnschweiler, 2009).

Complementarmente ao desenvolvimento operacional e à avaliação dos resultados, surge o conhecimento e a investigação científica. Tal como já foi referido, esta fonte de conhecimento deve estar intimamente ligada às técnicas tradicionais trazidas pelos locais envolvidos no projeto, permitindo uma otimização dos resultados a médio e longo prazo (Halpern & Warner, 2002; Palumbi, 2004; Russ & Acala, 2003, apud Brunnschweiler, 2009).

A sustentabilidade do projeto é um processo inesgotável. Segundo Jameson et al. (2002, apud Brunnschweiler, 2009), um espaço marinho não está protegido apenas por se inserir numa AMP, uma vez que as ações são mais importantes que as definições. Tal como afirma o mesmo autor, “ (...) nos dias que correm, uma área marinha nunca está protegida (...)” pelo que “(...) a luta pela proteção deve ser constante e nunca deve ser ganha (...)”, pois o processo de proteção nunca termina.

Segundo Vianna *et al.* (2011), economicamente, no período correspondente ao ano de 2010, o mergulho com tubarões no destino representou uma receita anual de US\$ 41,6 milhões, o que corresponde a 52% da receita total do mergulho como um todo.

Quanto ao impacto económico deste projeto, sabe-se que, em 2010, nas 4 vilas que aderiram, foram gerados US\$ 16,9 milhões. Importa salientar que deste total, US\$ 5,5 milhões foram gerados por mergulhadores casuais. As receitas de mergulho, nas suas várias modalidades, apresentaram um total de US\$ 32 milhões.

Uma vez quantificados os resultados do projeto, em 2010, importa avaliar os benefícios que deles resultaram para as comunidades destas vilas. Assim, diretamente imputados às comunidades envolvidas no projeto estima-se uma receita mínima de US\$ 4 milhões, que

são subdivididas em salários (US\$ 3,9 milhões) e no pagamento da taxa de utilização das AMP (US\$ 124 200).

Finalmente, quanto à receita para o estado das ilhas Fiji, o mergulho com tubarões totalizou, em 2010, US\$ 17,5 milhões, dos quais US\$ 11,6 milhões foram pagos pelos operadores, e os restantes US\$ 5,9 milhões foram coletados a partir de impostos diretos sobre o valor pago pelos mergulhadores.

5.2 – Adaptação teórica ao caso Açoriano

Quanto à implementação deste modelo na RAA, é fácil identificar algumas diferenças do ponto de vista orgânico e logístico que obrigam a um exercício algo complexo.

Ao contrário do que sucede nas ilhas Fiji, o arquipélago açoriano não dispõe da quantidade de espécies em distâncias tão curtas da costa. Para além disso, os mesmos locais de mergulho são utilizados por operadores de diferentes ilhas, impedindo que a gestão dos mesmos seja feita da mesma forma.

No caso açoriano, em função do número de locais passíveis de serem transformados em AMP, é difícil conceber um modelo em que cada AMP seja gerida por um único operador. Desde logo porque os locais de mergulho existentes diferem entre si ao nível da distância da costa, abundância e diversidade de espécies, entre outros, o que poderia resultar em conflitos concorrenciais. Assim, interessaria atribuir a gestão destas AMP a uma entidade independente dos operadores marítimo turístico que fosse capaz de gerir as AMP, assegurando os interesses dos mesmos. Desta forma, o princípio da criação de AMPs geridas por entidades afetas à atividade turística, e não por órgãos públicos ambientais e até mesmo ligados diretamente às pescas, é uma possível forma de proteger os interesses dos intervenientes na sua exploração: os operadores marítimo-turísticos e os consumidores do produto.

Como é sabido, este tipo de atividade turística tem a capacidade de gerar valor e de proteger as espécies, em simultâneo, uma vez que, sem elas, a própria atividade não pode existir. Porém, para se viabilizar um modelo desta natureza, é essencial assegurar uma fiscalização e monitorização eficaz destas AMP, o que, no caso açoriano, não acontece em pleno no modelo atual. Assim, e tal como acontece no modelo em vigor nas ilhas Fiji,

os operadores que exploram as AMP devem servir como intermediários para com as autoridades responsáveis pela fiscalização das mesmas, tornando o processo mais eficaz e eficiente ao nível da gestão de tempo e recursos.

Este modelo permite ainda uma melhoria na relação entre duas atividades até agora claramente incompatíveis: a pesca e o turismo subaquático. Isto porque ao alocar profissionais de pesca na operação turística e de gestão das AMP, aproveita-se o *know-how* dos mesmos. Deste modo, é possível não só melhorar a qualidade do serviço dos operadores turísticos, mas também compensar o setor das pescas pela interdição à atividade nestas áreas.

No modelo em estudo é ainda assegurada uma contribuição às vilas detentoras da tutela das AMP. No caso açoriano, estas contrapartidas deveriam ser distribuídas pelas autarquias onde estão sediados os operadores, a fim de assegurar uma distribuição justa, em função do número de operadores por autarquia e o volume de negócio que geram. Com esta medida, é possível garantir uma injeção de riqueza na economia local, e proporcionar benefícios socioeconómicos a curto prazo para as comunidades locais.

Outra mais-valia do modelo é a de contornar outro dos principais pontos fracos do atual modelo. A falta de regulamentação, ao nível da formação exigida, e a prestação da mesma a profissionais locais, anualmente. Assim, aumentam as contrapartidas para as comunidades ligadas à atividade, através da criação de postos de trabalho e qualificação da mão de obra residente.

Consequentemente, estas contrapartidas económicas e sociais desenvolvem a empatia das comunidades para com o produto, podendo resultar num importante apoio político, e até num reforço de meios que garantam o seu sucesso.

A julgar pelas taxas de crescimento apresentadas ao longo do estudo para a atividade nos Açores, um dos pilares deste modelo assenta sobre a formulação de relatórios periódicos ao nível dos resultados e progresso do modelo. Apenas assim é possível assegurar um crescimento sustentado e uma atuação ágil por parte dos organismos responsáveis pela gestão da atividade.

Em suma, a implementação deste modelo na RAA permitirá não só solucionar vários dos pontos fracos identificados anteriormente, mas também preparar o mercado açoriano para encarar algumas das potenciais ameaças.

Ao nível dos pontos fracos, eliminam-se vários problemas ligados com as pescas, bem como a in experiência dos *Dive Masters*. Para além destes, soluciona-se o défice de regulamentação, e assegura-se uma base de informação com relatórios periódicos essenciais à gestão e ao planeamento futuro do produto.

Por seu lado, no que às ameaças diz respeito, importa perceber que, ao nível competitivo, este tipo de modelo deverá dotar o produto de mergulho com tubarões nos Açores de argumentos que deverão permitir uma conquista de quota de mercado face a outros destinos já estabelecidos e dominantes, como o são a Austrália e África do Sul. Para além desta, identifica-se uma possível solução para a sustentabilidade duvidosa do produto, causada essencialmente pela atividade piscatória, em parte pelo potencial de obtenção de apoio político. Para além disso, acredita-se que o modelo permitirá, a médio ou longo prazo, contornar uma ameaça que, apesar de não ser unânime, acarreta alguns riscos. Trata-se das técnicas de atração destas espécies através de isco. Com a criação das AMP e consequente aumento do número de espécies lá existentes, acredita-se que a necessidade de atrair estas espécies recorrendo a estas técnicas possa ser cada vez menor, minimizando os riscos que alguns autores defendem que acarreta.

Outro aspeto que não pode deixar de ser focado é a entrada das companhias *Low Cost* no espaço aéreo açoriano. De facto, este acontecimento deve ser encarado como uma oportunidade de enorme potencial. Contudo, o aumento do número de chegadas e do tráfego aéreo na região significará sempre um aumento de carga dos recursos turísticos existentes. Desta forma, acredita-se que este modelo é também capaz de corrigir algumas lacunas a este nível no que toca à capacidade de carga dos locais de mergulho, salvaguardando a sustentabilidade do produto.

É evidente que não existe uma fórmula mágica para eliminar todos os pontos fracos de um dado modelo de desenvolvimento deste tipo. Porém, é essencial estar atento ao que de bom se faz e procurar aprender com a concorrência e com os próprios erros. Assim, em nenhuma altura deve este modelo ser encarado como um fim em si mesmo, mas sim como o ponto de partida para uma fórmula personalizada à medida das exigências e especificidades da realidade açoriana. Por esta razão, é essencial assumir uma posição autocrítica e construtiva para com o modelo e procurar melhorá-lo continuamente, de forma a assegurar a sustentabilidade, a evolução e a eficiência deste produto turístico na região, no que toca ao aproveitamento das oportunidades que existem, e que surgirão.

VI – Conclusões e considerações finais

6.1 – Principais conclusões

Numa fase de balanço dos resultados da investigação, impõe-se encontrar uma resposta à pergunta de partida formulada: *Existem condições na Região Autónoma dos Açores para viabilizar a exploração do turismo de mergulho com tubarões como produto turístico específico?*

Para isso, e tal como foi exposto no capítulo III, referente ao roteiro metodológico, importa antes perceber quais as respostas a cada uma das questões operacionais que guiaram a investigação e que fundamentam a resposta à pergunta de partida.

Neste sentido, a resposta à primeira questão operacional “*A RAA possui os recursos primários indispensáveis para o desenvolvimento do produto turístico específico “Mergulho com tubarões”?*” é, forçosamente, afirmativa. Tanto a bibliografia analisada, como o instrumento de observação direta aplicado neste estudo apontam para isso mesmo. Destaca-se, neste particular, a raridade de algumas espécies observáveis na região, assim como as condições de visibilidade, que ganham ainda maior expressividade em virtude do período anual em que se mantêm ideais.

Relativamente à segunda questão operacional identificada, “*O perfil do turista que visita os Açores associado ao “Mergulho com tubarões” possui características diferenciadoras?*” a resposta é linear e positiva. De acordo com o PEMTA (2016), o turista que visita o arquipélago compreende uma faixa etária predominantemente inserida entre os 31 e os 50 anos de idade, auferindo de um rendimento anual do agregado familiar na ordem dos US\$ 67 000, o que contrasta com o rendimento médio do turista que consome o produto de mergulho. Segundo Mundet & Ribera (2001, apud Garrod & Gössling, 2008), 56% dos turistas de mergulho encontram-se entre os 31 e os 45 anos, indo de encontro ao perfil atual do turista que já visita a RAA, mas tal como avança a OMT (2001 apud Garrod & Gössling, 2008), os mergulhadores certificados contam com um rendimento anual consideravelmente superior, fixado nos US\$ 80 000. Por esta razão, mas também por outras enunciadas em detalhe nos capítulos anteriores, este tipo de turista tem um caráter diferenciador.

Em terceiro lugar, importa concluir acerca do posicionamento estratégico do produto e do destino face à concorrência. No contexto desta terceira questão operacional, é fácil

perceber que os principais destinos concorrentes da região Açores não são os principais destinos concorrentes do produto em específico. Não obstante, o posicionamento do produto está perfeitamente definido, pelo que, apesar de não poderem ser ignorados os destinos como Austrália e África do Sul (por exemplo), como principais concorrentes enquanto destinos de mergulho com tubarões, a oferta é organicamente distinta e a distância geográfica existente entre RAA e estes líderes mundiais da especialidade, possibilitam alguma exclusividade do destino Açores, por exemplo, a nível Europeu, em especial no que ao mergulho com Tintureiras diz respeito.

Um outro aspeto, identificado como chave para avaliar a importância deste produto turístico, é a sua capacidade de atrair turistas internacionais. Neste particular, o mergulho com tubarões, assim como o mergulho em geral, são atividades que estatisticamente têm uma representatividade muito mais expressiva no estrangeiro do que em Portugal. Serve de exemplo a ponderação de países como os Estados Unidos da América no total de mergulhadores certificados a nível mundial. Trantando-se os EUA do maior núcleo de mergulhadores do mundo, aliado à proximidade geográfica e cultural já existente entre a região Açores e o continente Norte Americano, poder-se-á considerar uma mais-valia ainda mais expressiva.

Por último, centram-se as atenções na componente da sustentabilidade e preservação dos recursos primários essenciais a este produto na região. A resposta à questão operacional *“Estão assegurados os requisitos de proteção ambiental para o desenvolvimento do produto?”* é claramente negativa. A necessidade de criação de AMP's, de uma formal divisão dos recursos disponíveis entre atividades como a pesca e as atividades náuticas, são apenas dois dos aspetos que levam à conclusão de que, apesar de perfeitamente identificados, não estão assegurados os mecanismos que possibilitam cumprir os requisitos de proteção ambiental para o desenvolvimento do produto.

Posto isto, com base no que foi apurado ao longo deste estudo e nas conclusões supramencionadas, resta formular uma resposta à pergunta de partida.

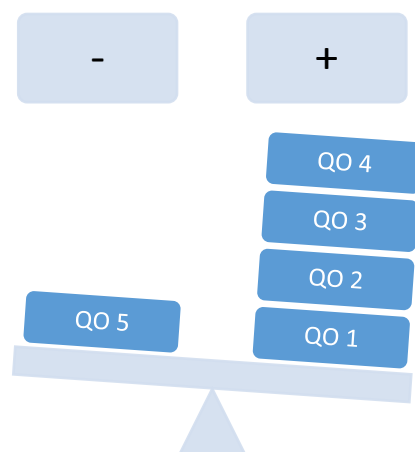


Figura 8 - Resposta à Pergunta de Partida

Fonte: Elaboração própria

A resposta a esta pergunta é afirmativa. Os recursos naturais e a consequente vocação do destino para as atividades náuticas é evidente e este é o elemento crítico para a possibilidade de desenvolver um produto específico num determinado destino.

Contudo, importa ter em conta que os requisitos necessários a um desenvolvimento sustentado e que garanta rendibilidade para todos os *stakeholders*, por um período que se quer o mais duradouro possível, não estão assegurados.

Para isso, importa ter em consideração, em especial, os pontos fracos e as ameaças identificadas que, apesar de poderem ser corrigidos e transformados de uma forma mais ou menos demorada e com investimentos mais ou menos significativos, poderão, no médio/longo prazo, colocar em risco a viabilidade do produto no espetro da oferta turística da região.

6.2 – Contributos da investigação

Apesar de não ser o primeiro estudo científico sobre o mergulho com tubarões na RAA, esta investigação representa o primeiro olhar neste prisma sobre esta atividade. Até aqui, o potencial do mergulho com tubarões como um produto turístico específico da oferta turística da região nunca tinha sido avaliado. Neste sentido, acredita-se que a investigação desenvolvida represente um contributo inovador e relevante para a comunidade científico da especialidade e espera-se que tenha repercussões práticas no futuro.

Nesta altura em que o turismo é encarado como o grande pilar estratégico da economia açoriana, é crível que esta investigação possa vir a ser uma mais-valia para o turismo da região e contribua para o planeamento do futuro do destino Açores, indo ao encontro da necessidade estratégica contemplada nos vários planos estratégicos existentes de diversificação da oferta turística, quer ao nível nacional, quer ao nível regional.

6.3 – Limitações e perspectivas de trabalho futuro

Um estudo deste tipo, com todos os benefícios e contributos que consiga providenciar, não vale por si só.

Esta ou qualquer outra investigação nunca poderá ser vista como um fim em si mesma. Ocorreram limitações que condicionaram o perfeccionismo inicialmente almejado e, como tal, o processo de investigação e o potencial de desenvolvimento de um tema tão pouco estudado.

Acresce a impossibilidade de deslocação às diversas ilhas do arquipélago para uma observação *in loco* que levaria a uma aplicação ótima do instrumento de observação.

Para além disso, identifica-se uma incidência da observação sob a perspectiva da oferta do produto, ficando por explorar o contributo que advém de uma análise à componente da procura.

Assim, verifica-se que a quantidade de problemáticas que carecem de estudo no turismo de mergulho com tubarões nos Açores é inesgotável.

Posto isto, seria um importante complemento a esta investigação o desenvolvimento de um estudo acerca do processo de escolha do turista consumidor do produto, isto é, da definição dos aspetos da oferta que mais valor acrescentam à experiência do consumidor, assim como conhecer o que leva o turista a escolher a RAA em detrimento de outro destino com maior tradição e diferentes recursos para o desenvolvimento da atividade. A adequação dos serviços turísticos complementares (transportes, alojamento, animação, comércio, entre outros) à preferência dos turistas que procuram o mergulho com tubarões nos Açores, são exemplos de algumas questões que, sem dúvida, enriqueceriam o conhecimento científico da especialidade.

Dubium sapientiae initium (Papademetriou et al., 2014)

Existirá sempre um possível e recomendado aprofundamento deste tema, com vista a uma otimização do modelo proposto, ao alargamento da população observada, ou à consideração de novas variáveis e dados que surgem e se atualizam permanentemente.

Como certo apenas se conclui que este é um ponto de partida para um tema que continuará a merecer a atenção da academia, do setor turístico açoriano, e do mundo enquanto potencial consumidor de uma experiência única, num destino singular.

VII – Referências bibliográficas

7.1 - Bibliografia

Associação Regional de Turismo (2013) *Guia de Mergulho*. Editado por Nuno Sá & VerAçor, Lda.

Associates, M.J. and Binney, J. (2009). The recreational dive and snorkelling industry in the Great Barrier Reef profile, economic contribution, risks and opportunities. Townsville, Qld: Great Barrier Reef Marine Park Authority.

Bentz, J., Dearden, P., Ritter, E. and Calado, H. (2014). ‘Shark diving in the Azores: Challenge and opportunity’, *Tourism in Marine Environments*, 10(1), pp. 71–83. DOI: 10.3727/154427314x14056884441789.

Brunnschweiler, J.M. (2010). ‘The shark reef Marine Reserve: A marine tourism project in Fiji involving local communities’, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), pp. 29–42. DOI: 10.1080/09669580903071987.

Challenges and opportunities for tourism development in small island developing states (2012). Madrid: World Tourism Organization (UNWTO - OMT)

Colangelo, J. (2015). *Diving Beneath the Surface: A Phenomenological Exploration of Shark Ecotourism and Environmental Interpretation from the Perspective of Tourists*. Master of Arts in Communication. Ottawa, Canada: University of Ottawa

Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Editora Verbo

Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo* (5ª ed.). Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda.

Daniel, A.C.M. (2010). 'Caracterização do Sector Turístico em Portugal', *Revista de Estudos Politécnicos*, VIII(14), pp. 255–276.

Dias, R. (2003). *Sociologia do Turismo*. São Paulo: Atlas

Dimmock, K. and Musa, G. (2015). 'Scuba diving tourism system: A framework for collaborative management and sustainability', *Marine Policy*, 54, pp. 52–58. DOI: 10.1016/j.marpol.2014.12.008.

Fyall, A. and Garrod, B. (2005) *Tourism marketing: A collaborative approach*. Buffalo: Channel View Publications

Gallagher, A & Hammerschlag, N, (2011). *Current issues in tourism*. Taylor & Francis
DOI: 10.1080/13683500.2011.585227

Gamito, T.M. (2009) 'Desenvolvimento da Economia do Mar: Turismo Marítimo', *Primavera*, 2009 (122 - 4a Série), pp. 43–60

Garrod, B. and Gossling, S. (eds.) (2007). *New frontiers in marine tourism: Diving experiences, sustainability, management*. Amsterdam: Elsevier Science.

Ghemawat, P. (2002). Competition and business strategy in historical perspective. *Business History Review*, 76(01), 37–74. DOI:10.2307/4127751

Gil, A.C. (1999) Métodos e técnicas de pesquisa social. 5th edn. São Paulo: Atlas.

Hassan, S. S. (2000). ‘Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry’. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245. DOI:10.1177/004728750003800305

Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: an Integrated and Sustainable Approach*. John Wiley & Sons, New York.

Kotler, P. e Armstrong, G. (1999). *Princípios de Marketing*. Editora LTC: Rio de Janeiro

Lang Research Inc (2008). ‘TAMS 2006: U.S. Activity profile: Scuba diving and snorkeling while on trips’. Ottawa: Canadian Tourism Commission.

Leiper, N. (1990). ‘Tourist attraction systems’. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384. DOI:10.1016/0160-7383(90)90004-b

Ministério da Economia e do Emprego / MEE (2013), *Plano Estratégico Nacional de Turismo – Revisão e objetivos 2013-2015*, Lisboa

Ministério da Economia e da Inovação / MEI (2007), *Plano Estratégico Nacional de Turismo*, Lisboa

OMT - Organización Mundial del Turismo (1998). *Introducción al Turismo*, Madrid

OMT - Organização Mundial do Turismo (2001). *Tourism Satellite Account /TSA): Recommended Methodological Framework*. OMT: Madrid

OMT – UNWTO – United Nations World Tourism Organization (1994). *Recommendations on Tourisme Statistics*, Serie M, nº 83, United Nations, New York 1994

OMT – UNWTO – United Nations World Tourism Organization (2015). *UNWTO tourism highlights 2015 edition*. World Tourism Organization.

Pabel, A. and Coghlan, A. (2011) ‘Dive market segments and destination competitiveness: A case study of the great barrier reef in view of changing reef Ecosystem health’, *Tourism in Marine Environments*, 7(2), pp. 55–66. DOI: 10.3727/154427311x13038402065785.

Quivy, R. and van Campenhoudt, L. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*. 5th edn. Lisboa: Gradiva

Ressurreição, A. and Giacomello, E. (2013) ‘Quantifying the direct use value of Condor seamount’, *Deep Sea Research Part II: Topical Studies in Oceanography*, 98, pp. 209–217. DOI: 10.1016/j.dsr2.2013.08.005

Rover, O.J. (2012) ‘O Método Científico em Ciências Sociais: Dos Documentos, Questionários e Entrevistas À Análise de Enunciados’, *Revista Grifos*, 32/33.

Sarmiento, M. (2013). *Metodologia científica para elaboração, escrita e apresentação de teses*. Lisboa: Universidade de Lusíada Editora

Silva, A.H. and Fossá, M.I.T. (2013) ‘Análise de Conteúdo: Exemplo de Aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos’, Brasília: IV Econtro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade

Silva, J., Mendes, J. e Flores, A. (2005). *O Destino Turístico Arade – Uma estratégia de Intervenção*. Silva, J. (coord.), Agência do ARADE: Portimão

Smith, S.L.J. (1994). ‘The tourism product’. *Annals of Tourism Research*, 21(3), pp. 582–595. DOI: 10.1016/0160-7383(94)90121-x.

Theobald, W. (2005). ‘The meaning, scope and measurement of Travel and Tourism’. In W. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (pp. 5-24). Burlington, MA, U.S.A.: Elsevier Inc.

Trauer, B. (2006). ‘Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis’, *Tourism Management*, 27(2), pp. 183–200. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.10.004.

Tribe, J. (1997). ‘The indiscipline of tourism’, *Annals of Tourism Research*, 24(3), pp. 638–657. DOI: 10.1016/s0160-7383(97)00020-0.

Turismo dos Açores (2014) *Guia de Atividades de Animação Turística*

Turismo dos Açores (2015) *Guia de Atividades de Animação Turística*

Vieira, J. (2007). *Planeamento e ordenamento territorial do turismo: uma perspectiva estratégica*. Lisboa-São Paulo: Editorial Verbo

Wearing, S., & Neil, J. (2009). *Ecotourism impacts, potentials and possibilities*. (2nd ed.). San Diego, CA, United States: Butterworth-Heinemann.

Weber, K. (2001). 'OUTDOOR ADVENTURE TOURISM A Review of Research Approaches'. *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 2, pp. 360–377, 2001 Elsevier Science Ltd.

7.2 – Webgrafia

Açoriano Oriental Online (2015). 'Maior reforma de sempre do transporte aéreo nos Açores arranca no domingo'. Disponível em: <http://www.acorianooriental.pt/noticia/maior-reforma-de-sempre-do-transporte-aereo-nos-aco-es-arranca-no-domingo>.

Carvalho, P. (2009). *Planeamento, redes territoriais e novos produtos turísticos ecoculturais*. Disponível em: <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2014/91A.pdf> (Acedido em: 15 Abril 2014)

Comissão Europeia (2013). *Pressupostos e elementos de contextualização para o Plano de Ação 2014 - 2020*. Disponível em: http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/activity/outmost/doc/plan_action_strategy_ue_eu2020_acores_pt.pdf (Acedido em: 25 fevereiro 2014).

DestinAzores (2014) Disponível em: http://www.destinazores.com/en/index.php?region_id=1&stat_id=122 (Acedido a: 19 fevereiro 2014)

Governo dos Açores (2014) *Câmara hiperbárica do hospital de Ponta Delgada aumenta capacidade de resposta, afirma Luís Cabral*. Disponível em: <http://azores.gov.pt/Portal/pt/entidades/srs/noticias/C%C3%A2mara+hiperb%C3%A1rica+do+Hospital+de+Ponta+Delgada+aumenta+capacidade+de+resposta+diz+Lu%C3%ADs+Cabral.htm>.

Governo dos Açores (2016) Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores. Disponível em: http://www.azores.gov.pt/PortalAzoresgov/external/portal/misc/PEM_ACORES2.pdf

Instituto Nacional de Estatística (2012) Censos 2011 Resultados Definitivos - Região Autónoma dos Açores. Disponível em:
http://censos.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=156659178&att_display=n&att_download=y

Instituto Nacional de Estatística (2015) Estatísticas do Turismo 2014. Disponível em:
https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=233014736&att_display=n&att_download=y

Instituto Português da Qualidade (2005) Normalização na atividade de mergulho. Disponível em: <http://www1.ipq.pt/pt/site/destaques/historico/normalizacao-na-atividade-de-mergulho.aspx>.

ME (2015) Turismo 2020, Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020. Retirado de
<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Pages/Turismo2020.aspx>

MEE (2015). ‘Turismo em números’ Portugal. Disponível em:
<http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Alojamento/Turismo%20em%20N%C3%BAmoros-2014.pdf>

Ministério da Agricultura e do Desenvolvimento Rural e das Pescas (2007). *Programa Operacional Pesca 2007- 2013*. Disponível em:
http://www.sra.pt/files/PROMAR/PO_PESCA_Dez_2007_2013.pdf (Acedido a: 20 fevereiro 2014).

Papademetriou, V., Tsioufis, C. and Doumas, M. (2014) ‘Renal Denervation and Symplicity HTN-3: “Dubium Sapientiae Initium” (doubt is the beginning of wisdom)’, *Circulation Research*, 115(2), pp. 211–214. doi: 10.1161/circresaha.115.304099

Plano Estratégico Nacional do Turismo - Revisão do plano de desenvolvimento do turismo no horizonte de 2015. (2012). Retirado de <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documentos/PENT%202012.pdf>

Professional Association of Diving Instructors (2014) Worldwide Corporate Statistics 2014. Disponível em: <https://www.padi.com/about-padi/padi-statistics>

SRAM (2003), Relatório Do Estado Do Ordenamento Do Território. Disponível em: http://www.azores.gov.pt/NR/ronlyres/A3DE5D59-882E-4C62-9BBC-7B8FF4D0B247/105469/2_Enquadramento

United Nations: Department of Social and Economic Affairs (2010) International recommendations for tourism statistics 2008. Disponível em: http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf

Vianna, G., Meekan, M., Pannel, D., Marsh, S., & Meeuwig, J. (2010). ‘WANTED DEAD OR ALIVE? The relative value of reef sharks as a fishery and an ecotourism asset in Palau’. Retirado de http://www.pewtrusts.org/~media/assets/2011/05/02/palau_shark_tourism.pdf

World Travel News (2009). ‘Scuba Diving Travel - Niche Market For a Tough Economy’. Disponível em: http://www.travelworldnews.com/newsoffers/news_upload/Industry_20Events_2edb.scuba.pdf (Acedido a: 24 fevereiro 2014)

VIII – Anexos

Anexo I – Entrevista a Nuno Sá

O turismo é uma atividade com uma importância reconhecida nos Açores. Tanto o tecido empresarial como o setor público têm desenvolvido esforços com o propósito de desenvolver a atividade turística açoriana.

Porém, a oferta turística açoriana e o mercado em geral é muito recente e, como tal, ainda enfrenta muitos desafios e lida com defeitos e dificuldades que não têm forçosamente a ver apenas com os profissionais de turismo.

- 1 **No seu entendimento, qual/quais a principal falha que se faz sentir na oferta turística da região? (Preço? Promoção do destino? Posição geográfica e insularidade? Outros...)** *Em relação ao mergulho, é, sem dúvida a falta de criação de reservas marinhas. Nos últimos 5 anos, a ATA fez um trabalho muito bom de promoção do mergulho e ecoturismo em geral e todos os anos estas associações vão a 5 ou 6 das maiores feiras europeias de turismo subaquático. Desenvolvem-se guias de mergulho, etc. Infelizmente as várias direções e secretarias não trabalham muito bem em conjunto, sendo que muitas vezes não sabem o que umas e outras estão a fazer. O potencial é imenso, único a nível mundial, mas falta a regulamentação. Madeira tem reservas do género há mais de 20 anos e não tem o potencial dos Açores. Temos o potencial, mas não estamos a potenciar nada. Quem cria estas reservas são as secretarias do ambiente, bem como a das pescas, e nada é feito. Em algumas ilhas o mergulho ocupa uma fatia muito grande da atividade turística*
- 2 **O turismo, em específico o turista, é cada vez mais exigente e mais bem informado. Desta forma, para garantir a satisfação das suas expectativas e das suas exigências é necessário um “trabalho de casa” adequado, a vários níveis: Desde a qualificação profissional dos trabalhadores, infraestruturas de apoio suficientes e adequadas até aspetos tão sensíveis como a atitude da população residente face ao turismo.**
 - a. **Na sua maneira de ver, a preparação dos profissionais é adequada para a exigência de um setor como o turismo?** *As empresas acompanham o crescimento das atividades. No mergulho, em específico, há 10 anos atrás era muito difícil mergulhar, os centros de mergulho eram amadores e muitas vezes não saíam porque não dava jeito. Nas ilhas como Santa Maria, Pico e Faial, onde o mergulho cresceu muito, o setor adaptou-se, sendo que, no Pico, por exemplo, existem centros com mais de 8 barcos e com mais de 20 trabalhadores, o que não se compara com S.Miguel, porque a ilha não cresceu devido à falta de um produto diferenciador. Das 9 ilhas, foi apenas em Santa Maria e no Grupo*

Central que o mergulho com tubarões foi o que revolucionou o mercado dos Açores e pôs o destino na boca do mundo. Foi por causa deste produto que muitos centros de mergulho não fecharam e pelo contrário atingiram uma dimensão inédita. Estes centros cresceram de tal forma, que a preparação para o turismo e a qualidade do serviço em geral sofreu uma melhoria considerável, sendo que algumas viagens que outrora duravam muitas horas, sob condições muito precárias, são hoje feitas de uma forma muito mais rápida e com embarcações que permitem, por exemplo, tomar o pequeno almoço a bordo, etc. (Princesa Alice por exemplo)

- b. **E relativamente às infraestruturas? Tipologia e quantidade de alojamento, Alternativas de restauração e animação, vida noturna, etc? (Não focar apenas a ilha de São Miguel)** O turista de mergulho não procura um conceito de resort, nem tem exigência de grande gastronomia nem condições hoteleiras. Prefere ir a uma tasca e a uma adega experimentar um vinho. Prefere ficar numa instância de turismo rural e procura uma experiência autêntica. Fugir ao registo comum de turismo de massas. O turista procura um destino por descobrir. Aventura.*
- c. **Como avalia a hospitalidade açoriana? Que atitude têm os residentes relativamente aos turistas? É, sem dúvida, uma das facetas que diferenciam o produto. Não só as pessoas afetas ao turismo mas todas as outras. Surgem situações de turistas a andar à boleia, coisa que seria impensável nos seus países de origem.***

- 3 No caso do mergulho em concreto: Quais as razões para os Açores não estarem ao nível de Canárias ou Egito (por exemplo), no que diz respeito ao volume de turistas estrangeiros que atrai? [Está ligado com os recursos, pois o mergulho nestes locais representa uma experiência mais única? Ou será uma questão de promoção e falta de aposta no produto sob o ponto de vista turístico....] A questão das reservas. Canárias têm várias, a Espanha em geral já há 50 anos que aposta nestes tipos de reservas costeiras. Isto impede os operadores de organizar pacotes de viagem concretos por isso mesmo, porque nos Açores existem mergulhos muito bons, ou muito maus. Ir ao Princesa Alice ou mergulhar com tubarões são dos melhores sítios do mundo, mas, por outro lado, quando o tempo não está favorável, o que nos Açores é muito frequente, e quando assim é, a única possibilidade é a realização de mergulhos costeiros e, nesse campo, são muito maus. Qualquer reserva costeira na costa de Espanha vê-se 40 ou 50 metros. Nos Açores não se vê um único, porque todos os dias se pesca nestes locais.**

4 Supondo que os Açores se tornam efetivamente num grande destino de mergulho. Acha que as ferramentas de proteção ambiental existentes são suficientes e/eficazes para garantir a sustentabilidade da atividade?

a. **Rede Natura 2000, Parques Naturais, Parques Arqueológicos Subaquáticos, etc.. São mecanismos de proteção teoricamente ajustados às necessidades de conservação dos mesmos? E a fiscalização é eficaz? Não contemplam nada as necessidades. Todos os sítios considerados na Rede Natura 2000 e outros programas foram efetivamente considerados importantes, mas não se procedeu a uma fase de criação de normas de preservação e proteção, por exemplo, contra a atividade piscatória. Fiscalização há zero, seja em que atividade marinha for. Quase nenhuma ilha tem zonas restritas à atividade piscatória. No caso de São Miguel, apenas o ilhéu de Vila Franca o é, o que numa ilha daquela dimensão é quase insignificante. Apenas a ilha de Santa Maria, que mais uma vez prova o seu crescimento, procedeu à criação de zonas específicas para a prática de mergulho e é a única que os tem. Apenas falha pela falta de fiscalização, devido à falta de recursos por parte das entidades competentes. Uma possível solução poderia ser taxar a entrada nas zonas de mergulho e as receitas reverterem para a Secretaria do ambiente, possibilitando a atividade de fiscalização. Quanto à degradação é virtualmente impossível degradar os recursos marinhos dos Açores através do mergulho, uma vez criadas as reservas mencionadas anteriormente, pois não existem estruturas e organismos frágeis nos nossos mares, ao contrário dos locais com grandes corais (Austrália), etc. Tudo isto é verdade, se as zonas forem exclusivas para a prática de mergulho. Incluindo pescas na equação, os impactos são inequívocos e estão à vista.**

5 No passado recente tem vindo a aumentar o interesse por este produto, concretamente sob a modalidade turística. Que resultados práticos resultam de eventos como a Bienal de turismo subaquático, que se tem vindo a realizar na ilha Graciosa? É muito importante, em primeiro lugar para todos os operadores se reunirem e discutirem idéias, verem como estão as outras ilhas a operar e a ter sucesso. O mergulho com tubarões pode ser feito em todas as ilhas, mas só é feito em 2 ou 3. As outras ilhas também querem ter este sucesso. Para além disso, possibilita desenvolver o associativismo entre os vários operadores, terem uma voz em comum e ter outra influência junto dos organismos de decisão. Tem sido muito proveitoso. Contudo, há 10 anos que se trazem exemplos para a bienal de reservas marinhas no estrangeiro e cá ainda não existem. Esta inércia deve-se à falta deste associativismo e, desde o ano passado, criou-se a Associação de Operadores de Mergulho dos Açores (AOMA) e no futuro acredita-se numa evolução nesse sentido.

- 6 **Qual o principal aspeto diferenciador do mergulho nos Açores relativamente ao resto do mundo?** *Acima de tudo, oferecemos produtos que não podem ser oferecidos em mais lado nenhum no mundo. Mergulhar com tubarões azuis e jamantas, montes submarinos, é apenas possível nos Açores. No caso dos tubarões Azuis existia na Califórnia um local onde se podia fazer, mas nunca havia surgido um como os Açores onde todos os dias se pode fazer e fazê-lo com sucesso (encontrar tubarões azuis).*
- a. **De que forma se pode/deve tirar vantagem dele?** *O governo regional tem feito um trabalho incrível na promoção do produto. Não há nenhuma região em Portugal que promova o mergulho a nível internacional. As falhas estão sempre ligadas à falta de reservas marinhas. Externamente não existe muito mais a fazer. A nível interno, falta mesmo as reservas marinhas. O mergulho é a única atividade em que nas feiras da especialidade o tema das palestras é quase sempre os Açores. Aparecemos constantemente nas revistas de mergulho no mundo inteiro, e este tipo de promoção não representa custos para a região.*
- b. **O mercado que mais promete é o nacional ou o internacional?** *Sem dúvida o internacional. O mercado nacional funciona por modas. Antes muitos iam para a Graciosa, hoje vão para Santa Maria. Contudo, o poder de compra do mergulhador internacional é muito maior e, por isso, é um turista muito mais ativo, mergulhando várias vezes durante a estadia, sendo que cada mergulho não é barato. Por exemplo, um mergulho no Princesa Alice são cerca de 250 euros. Existem pacotes com 1500-2000€. E são pessoas com muita experiência e procuram as melhores experiências, e estão dispostos a pagar por isso.*
- 7 **Finalmente, na sua ótica, o Turismo de mergulho tem potencial para ser um produto-chave na oferta açoriana?** *[Ou as vertentes tradicionais de sightseeing (lagoas, miradouros e trilhos pedestres), e turismo em espaço rural têm um potencial de captação de mercado superior?]* *Sem dúvida. Basta olhar para Santa Maria que há 4 ou 5 anos atrás não tinha nenhum centro de mergulho, e hoje tem 6. É a atividade mais importante a desenvolver naquela ilha. O que pode acontecer em todas as outras ilhas, desde que se criem condições para isso. Na ilha do Pico o mergulho com tubarões já ultrapassou o volume de negócios do whalewatching, que era a imagem de marca da região. Quem sabe, daqui a uns tempos a imagem de marca não seja um tubarão, caso existam, uma vez que ainda os continuam a pescar.*

+
CÓDIGO DE CONDUTA PARA
MERGULHO COM **TUBARÕES**
PELÁGICOS E JAMANTAS
NOS AÇORES

+





Os signatários associam-se livremente ao presente código de conduta para mergulho com tubarões pelágicos e Jamantas nos Açores, com o objetivo de fomentar a segurança e a sustentabilidade da atividade do ponto de vista ambiental, social e económico. Neste sentido todos os agentes envolvidos na atividade adotam uma postura de respeito pelo ambiente.

Este código destina-se a definir um conjunto de regras, a adotar voluntariamente pelos operadores marítimo-turísticos, que oferecem este tipo de atividade, em especial no que respeita à interação entre mergulhadores e as animais considerados neste código de conduta. Este código de conduta é apresentado aos clientes, que o respeitam, adotam e subscrevem.

As regras expostas resultam da cooperação estabelecida entre os operadores envolvidos na atividade, e outros Interessados, como cientistas e representantes de organizações não-governamentais. O processo foi mediado pelo Governo Regional dos Açores. Prevê-se que após uma fase de implementação, que permitirá avaliar a sua adequabilidade e eventual revisão, este código será parte integrante de um diploma que regulamentará esta atividade marítimo-turística.

Os operadores signatários deste código de conduta cumprem o Regulamento da Atividade Marítimo-Turística dos Açores (RAMTA) e as regras de mergulho, previstas na lei.





- Os operadores promovem oportunidades de formação aos seus guias, em especial em mergulho com tubarões, oferecendo assim uma atividade com mais qualidade e segurança;
- Os operadores marítimo-turísticos são responsáveis por verificar a formação e certificação dos clientes e avaliar a sua experiência pelo número e tipologia de mergulhos registados e através de mergulho[s] prévio[s];
- Os operadores marítimo-turísticos proporcionam aos clientes informação adequada sobre a atividade, nomeadamente de segurança individual e coletiva, comportamento dos animais a observar e sensibilização ambiental, recorrendo a metodologias pedagógicas eficazes e aceitáveis;
- Os operadores marítimo-turísticos informam os clientes que têm em dia os seguros de acidentes pessoais e de responsabilidade civil, previstos pela lei, e da sua cobertura;
- Os operadores marítimo-turísticos possuem um plano de segurança e de contingência para esta atividade;
- Os operadores marítimo-turísticos exigem um termo de responsabilidade aos clientes, que deve conter obrigatoriamente informações completas acerca do risco que estes correm ao praticarem um mergulho desta natureza;
- O cliente assina o termo de responsabilidade e declara que: i) se responsabiliza por qualquer dano que possa decorrer da atividade; ii) teve conhecimento, aceita e subscreve este código de conduta; iii) tem o seguro de mergulho atualizado ; iv) conhece a abrangência do seguro do operador marítimo-turístico;
- Os operadores marítimo-turísticos, os guias de mergulho, os tripulantes das embarcações e os clientes têm o dever de conhecer, aplicar e fazer aplicar este código de conduta que os vincula, de acordo com as respetivas responsabilidades.





- As embarcações a exercer a atividade na mesma área, definida por um círculo de 1 milha náutica, operam sequencialmente, não podendo colocar dentro de água mais do que um grupo de clientes, em simultâneo;
- As embarcações usadas na observação de tubarões pelágicos têm que estar equipadas com uma escada para facilitar a entrada e saída da água;
- As embarcações têm que possuir, no mínimo, duas linhas de segurança verticais;
- Na observação dirigida a espécies de tubarões pelágicos que possam constituir um risco acrescido para os clientes (p.e. tubarão-branco), a atividade terá que exercer-se a partir de embarcação rígida equipada com jaula e plataforma para entrada e saída da água;
- Para além dos meios de salvamento previstos por lei, as embarcações de apoio ao mergulho com tubarões estão dotadas de meios de primeiros socorros, adequados à atividade;
- As embarcações estão dotadas com meios de comunicação eficazes, que permitam o contacto com terra, e solicitar apoio imediato em caso de acidente;
- As embarcações em atividade comunicam os objetivos da sua presença a outras embarcações que se aproximem da área, solicitando um resguardo mínimo de 100 metros;
- Os tubarões não são alimentados, pelo que o engodo é utilizado apenas para atrair e manter os animais na zona de observação;
- A atração de tubarões com engodo só pode ser feita a mais de três milhas de distância da costa das ilhas;
- Não é utilizado engodo a menos de três milhas de distância de zonas onde se esteja a praticar atividades desportivas, cujos atletas poderão ser colocados em perigo pela presença de tubarões;
- O engodo está dentro de um recipiente rígido, com pequenas aberturas, suspenso num flutuador e preso à embarcação por um cabo resistente ao corte, pelo menos a mais de 15 metros de distância da embarcação;





- Os mergulhadores são posicionados nas linhas de segurança localizadas a montante do engodo, em relação à corrente;
- O tripulante que prepara o engodo e toma conta desta operação (lançar e retirar do mar), não pode mergulhar;
- A atividade realiza-se de dia, uma hora após o nascer-do-sol e uma hora antes do pôr-do-sol;
- Na observação de tubarões e jamantas, estarão na água, no máximo, dez mergulhadores e um guia de mergulho, em simultâneo;
- Durante a atividade, os mergulhadores não se podem afastar da embarcação e manter-se-ão na proximidade das linhas de segurança verticais;
- É absolutamente vedado qualquer contacto físico com os animais por iniciativa dos mergulhadores;
- No mergulho com tubarões, os mergulhadores estão equipados, no mínimo, com fato de mergulho completo e luvas;
- Os operadores de material audiovisual podem prescindir do uso de luvas, responsabilizando-se por escrito pela decisão no termo de responsabilidade, que assina;
- Os guias de mergulho podem munir-se de um instrumento de segurança, nomeadamente, de uma vara sem pontas afiadas; o uso de arpões ou outros instrumentos, que possam ferir os animais, não é permitido;
- O "skipper", ou alguém designado por ele, mantém-se vigilante a quaisquer sinais de perturbação da atividade e, caso seja necessário, estabelece contacto imediato com o guia para terminar o mergulho;
- Sempre que os animais mostrem sinais de perturbação, o guia dá o mergulho por terminado e conduz os mergulhadores para a embarcação;
- São evitados quaisquer atividades e ruídos desnecessários que possam causar perturbação aos animais;
- Não se pratica a atividade perto de animais que estejam em atividade reprodutiva (comportamento de acasalamento, atividade de pré-parto ou parto).





- Os operadores permitem e facilitam o embarque de autoridades competentes para a fiscalização e monitorização da atividade;
- Os operadores registam e facultam à administração Informação sempre que praticam esta atividade;
- Os operadores partilham com a administração regional, informações consideradas relevantes para a melhoria da atividade, garantido sempre a sua confidencialidade;
- Os operadores colaboram em estudos e atividades de monitorização que visem aumentar o conhecimento sobre a atividade e espécies implicadas.
- Os signatários divulgam Informação sobre a conservação e proteção dos elasmobrânquios.

